



UNIVERSIDADE DO MINDELO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, JURÍDICAS E SOCIAIS

**LICENCIATURA EM CIÊNCIA POLÍTICA E
RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**PARTICIPAÇÃO POLÍTICA NAS REDES SOCIAIS
VIRTUAIS - O CASO DO GRUPO “PARLAMENTO
ONLINE”**

Danila Cristina Rodrigues dos Santos

Mindelo, 2019



Departamento de Ciências Humanas, Jurídicas e Sociais
Licenciatura em Ciência Política e Relações Internacionais

TÍTULO DA MONOGRAFIA:

Participação Política nas Redes Sociais Virtuais - O caso do grupo “Parlamento Online”

AUTORA: Danila Cristina Rodrigues dos Santos

ORIENTADOR: Nuno Andrade Ferreira

MINDELO, 2019

Autora: Danila Cristina Rodrigues dos Santos

Título: Participação Política nas Redes Sociais Virtuais- O caso do grupo “Parlamento Online”

Declaração de Originalidade

Declaro que esta monografia é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas, nos anexos e na bibliografia.

A Candidata,

Danila Cristina Rodrigues dos Santos

Mindelo, Dezembro de 2019

“Trabalho apresentado à Universidade do Mindelo como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Licenciatura em Ciência Política e Relações Internacionais.”

Agradecimentos

Primeiramente agradeço a Deus pela vida e saúde, pela força para atingir os meus objetivos.

Ao meu querido filho Dylan Silva, pela motivação. Aos meus pais e à minha família pelo apoio incondicional. Ao meu orientador Nuno Ferreira pela dedicação.

Aos meus amigos, que estivemos juntos nessa caminhada.

Aos meus docentes, e a todos que contribuíram para a minha evolução na vida académica.

Resumo

O presente trabalho aborda a possibilidade de participação política através das redes sociais virtuais e dos grupos do Facebook. Procuramos entender mais sobre o conceito de Web 2.0 e as suas características e a sua consequente evolução, entender o conceito das redes sociais virtuais e os grupos do Facebook, como se organizam e como funcionam, e também entender algumas visões da possibilidade de participação política em ambiente digital.

Para o efeito, foi necessário um acompanhamento do Grupo do Facebook “Parlamento Online”. O Grupo foi acompanhado durante 8 dias (de 15 a 21 de junho de 2019). Para obtermos melhores resultados, obtamos pelo método de Análise de conteúdo. Durante esse acompanhamento foi possível observar que esse espaço é utilizado para interação entre os membros do grupo, bem como para a partilha e disseminação de informações relacionados com aspetos sociais, políticos, económicos, entre outros.

O estudo, então, permitiu-nos concluir que há possibilidades de participação política nas redes sociais e nos grupos do Facebook, entretanto, apresentam algumas limitações.

Palavras-chave: Web 2.0, Redes Sociais Virtuais, Grupos do Facebook, Participação política

Abstract

The present work approaches the political participation in virtual social networks and in Facebook groups. We try to understand about the Web 2.0 concept, its evolution and features. We also try to understand the concept of virtual social networks and Facebook groups and how they organize and work. We also try to understand some perspectives about the political participation in digital space.

For this purpose, it was necessary to monitor the “Parlamento Online” group during eight days (June 15 to June 21, 2019). During this period, it was possible to observe that “Parlamento Online” is an interaction space, and it’s a space for information sharing and dissemination of information.

The study allows to conclude that there are possibilities for political participation in virtual social networks and Facebook groups, but also there are some limitations.

Keywords: Web 2.0; Social Networks; Facebook groups; Political participation

Índice

Agradecimentos.....	iv
Resumo.....	v
Abstract	vi
Índice de gráficos	ix
INTRODUÇÃO.....	1
Objetivo Geral.....	2
Objetivos específicos	2
Hipóteses	3
CAPÍTULO I- ENQUADRAMENTO TEÓRICO	3
1.1. A Internet como oportunidade.....	4
1.2. A esfera pública e a esfera pública virtual.....	6
1.3. Sociedade da informação vs Sociedade do conhecimento	8
2. Da Web à Web 2.0 - evolução.....	9
2.1. As Redes Sociais Virtuais	12
2.2. Cidadania e participação política em ambiente digital	14
2.3. Democracia online? Visões otimistas, pessimistas e moderada	20
3. O Facebook como espaço de cidadania. Verdade ou mito?	22
3.1. O Facebook, origens e objetivos.....	23
3.1.2 Os dados pessoais e as polémicas em torno do Facebook.....	25
3.1.3 O discurso de ódio no Facebook	27
3.2. Interação, relação e laços sociais	29
3.3. Os grupos do Facebook	30
CAPÍTULO II- O CASO DO GRUPO “PARLAMENTO ONLINE”	32
4. METODOLOGIA	32
5. “PARLAMENTO ONLINE” e participação política	39
5.1 O grupo do Facebook “Parlamento Online”	39
5.2 Análise dos dados	39
5.2.1 Posts por dia	39

5.2.2	<i>Posts por autor</i>	40
5.2.3	<i>Posts por sexo</i>	42
5.2.4	<i>Post por tipo de autoria</i>	43
5.2.5	<i>Formato do post</i>	43
5.2.6	<i>Área temática do post</i>	44
5.2.7	<i>Tema do post</i>	46
5.2.7.1	<i>Número de reações de cada tema do post</i>	47
5.2.8	<i>Personalidades/ entidades visadas</i>	48
5.2.9	<i>Interações</i>	50
5.2.10	<i>Número de reações</i>	52
5.2.11	<i>Número de comentários</i>	53
5.2.12	<i>Número de partilhas</i>	55
6.	CONCLUSÃO	56
	Bibliografia	58

Índice de gráficos

Gráfico 2.1: Número de Post por dia	39
Gráfico 2.2: Número de post por sexo	42
Gráfico 2.3: Número de post por tipo de autoria	43
Gráfico 2.4: Área temática do post	45
Gráfico 2.5: Tema do post	46
Gráfico 2.6: Reações por tema do post	48
Gráfico 2.7: Personalidades/ entidades visadas	49
Gráfico 2.8: Interações	51
Gráfico 2.9: Número de reações	52
Gráfico 2.10: Número de partilhas.....	55

INTRODUÇÃO

A participação política é um dos componentes essenciais do regime Democrático. Com a evolução das TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação), surge a possibilidade de participação em ambiente digital. Neste sentido procuramos perceber de que forma e em que medida as redes sociais e os grupos do Facebook podem constituir espaços de participação. Para este fim, foi feito um estudo num grupo do Facebook. Foi escolhido o grupo “Parlamento Online”, em que o mesmo foi observado durante oito dias (de 15 a 21 de junho de 2019).

A importância da Internet e das redes sociais no mundo atual e as possibilidades que oferecem aos seus utilizadores foram cruciais para a escolha do tema. Este trabalho é importante na medida em que aborda um tema relativamente novo, dando assim o seu contributo para outros estudos futuros.

Autores como Costa et al. (2003), Recuero (2005), Blattmann e Silva (2007) e Dahlgren (2011) fazem referência às mudanças ocorridas com o advento da Internet, das quais, alterações na forma de comunicação, na difusão de informação e práticas socioeconómicas, culturais e políticas. Com as transformações ocorridas na sociedade após o advento das TIC, surgem vários debates sobre como deve ser designada essa sociedade pós-industrial. Castells (2000) e Takahashi (2002) defendem o termo “sociedade da informação”, enquanto autores como Daniel Bell, Peter Drucker (1993) e Fuks (2003) defendem o termo “sociedade do conhecimento”.

Com o progresso das tecnologias digitais, a cidadania vê-se obrigada a acompanhar os desafios provindos desse progresso. Alguns autores (Mossberg et al, 2007) afirmam que estamos perante um novo tipo de cidadania, enquanto outros concluem que estamos perante novas práticas cívicas (Hermes, 2006). Quanto à participação na Internet, Frey (2001), Gomes (2005) e Souza (2011) consideram que há possibilidades de participação política e exercício da cidadania na Internet por ser um espaço de livre expressão, ampla disponibilidade e circulação de informações, sem filtros e censuras governamentais. Entretanto, segundo autores como Maia (2002), Gomes (2005) e Marques (2006), não basta apenas ter acesso à Internet e às informações. Deve haver também motivação e interesse para participar.

Para Costa et al. (2013,) conhecer as características, as potencialidades, os limites e as ameaças das redes sociais virtuais é fundamental para aqueles que têm interesse em compreendê-las como instrumento de participação.

O trabalho encontra-se dividido em 2 capítulos:

- Capítulo I- Enquadramento teórico. Neste capítulo, daremos a conhecer as possibilidades da Internet, o espaço público, o que é e como funciona, a sociedade de informação e sociedade do conhecimento como consequências das transformações provindas da Internet. Será feito uma abordagem ao conceito de Web 2.0 e a sua evolução, as redes sociais virtuais (e sites das redes sociais), bem como as possibilidades de exercício da cidadania e participação política nesses ambientes virtuais, e também as visões otimistas, pessimistas e moderadas quanto à possibilidade da democracia em ambiente digital. Falaremos também sobre a interação, a relação e laços sociais formados no Facebook pelos atores sociais, e também dar a conhecer o que são os grupos do Facebook, como funcionam e as suas possibilidades. Daremos também a conhecer o *site* de rede social, o Facebook, a sua história, os seus objetivos, bem como as suas possibilidades como espaço de cidadania e participação política. Será feito um levantamento de algumas polémicas relacionadas com o Facebook, bem como faremos referência ao discurso de ódio no Facebook como uma das limitações da rede.
- Capítulo II- Será feita a análise do grupo “Parlamento Online”, em que pretendemos perceber a sua atividade, se o grupo é ativo e se realmente há participação política.

Objetivo Geral

- Perceber de que forma e em que medida as redes sociais virtuais e os grupos do Facebook podem ser um instrumento de promoção da cidadania e participação política.

Objetivos específicos

- Compreender quais os temas debatidos no grupo “Parlamento Online” e qual a predominância de temas ligados à política,
- Perceber se existe efetiva participação política *online* no grupo “Parlamento Online”,
- Compreender qual o nível de interação nas publicações do grupo “Parlamento Online”.

Hipóteses:

- Os temas debatidos no grupo “Parlamento Online” são maioritariamente ligados à política;
- O grupo “Parlamento Online” é um espaço que promove a efectiva participação política;
- O grupo “Parlamento Online” é um espaço de interação e circulação de informações.

CAPÍTULO I- ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1.1. A Internet como oportunidade

Na perspectiva de Castells (2000), a Internet teve o mesmo efeito (na época contemporânea) que a eletricidade teve na Era Industrial, realçando assim a importância da mesma nas sociedades atuais. Segundo Recuero (2005) e Dahlgren (2011), o advento da Internet trouxe mudanças no fluxo e na forma de difusão da informação, ou seja, aumentou significativamente a forma de difusão da informação (tornou-se mais rápida, fácil e interativa). Segundo Costa et al. (2003), as formas de comunicação também melhoraram com a Internet, como se observa pela Tabela 1:

Quadro 1.1.: Comunicação antes e depois do advento da Internet

Comunicação antes do advento da Internet	Comunicação pós advento da Internet
Comunicação unidirecional	Comunicação multidirecional
Comunicação vertical	Comunicação horizontal

Fonte: Costa et al (2003)

Portanto, deixou de existir apenas uma comunicação unidirecional (em que só o emissor emite a mensagem e não há participação do recetor) e passou a ser multidirecional (em que há participação de vários emissores e vários recetores). Assim como deixou de ser uma comunicação vertical (em que há vários níveis hierárquicos, e os indivíduos dos diferentes níveis comunicam entre si) e tornou-se uma comunicação horizontal (em que não há nível hierárquico e todos estão em pé de igualdade nessa comunicação, ou seja, qualquer membro da rede está apto para colocar uma informação em circulação).

Conforme Blattmann e Silva (2007), para além das transformações ocorridas na comunicação e no fluxo e difusão da informação, as práticas sociais, culturais, económicas e políticas tem fluído na Internet. As pessoas podem interagir, se comunicar, fazer comércio (compra e venda), transferências bancárias, ter acesso a conteúdos políticos como Boletins Oficiais, tudo através da Internet.

A Internet teve uma rápida evolução após a sua expansão global. Conforme Hirayma (2013), na sociedade atual, a Internet se tornou um meio e uma ferramenta fundamental para o quotidiano dos indivíduos, portanto, acabou por mudar a forma de interagir socialmente, de comunicar, de trabalhar. As pessoas passaram a ter maior facilidade a aceder a coisas, portanto, o acesso aos bens e serviços são feitas com maior rapidez e comodidade.

Como ainda nos explica Hirayma (2013), a Internet atualmente oferece uma gama infinita de possibilidades, das quais: enciclopédias, entretenimento (livros, música, vídeos, jogos *online* podem ser baixados ou compartilhados), sites de compras, blogs, fóruns de discussões, bem como as redes sociais virtuais (Facebook, Instagram, Twitter entre outros). Sendo assim, como Dahlgren (2011) evidencia:

“ (...) a Net em particular não é apenas algo que estes “visitam” ocasionalmente para procurar alguma coisa de especial; é cada vez mais, um lugar central das suas vidas cotidianas. Desde a interação social com amigos, até aos mexericos e aos blogues, desde as amostras (e produções) de música até às notícias, desde as compras até encontrar um parceiro, (...)”. (Dahlgren, 2011, p. 18)

Segundo o relatório Digital in 2018, divulgado pelos sites *We are Social*¹ e *Hootsuite*², 4 mil milhões de pessoas tem acesso à Internet, o que representa mais da metade da população global (estimada em 7,6 mil milhões de pessoas). Ainda sobre os dados dos mesmos sites referidos acima, a Tailândia lidera o *ranking* de países com “mais tempo *online*”, com uma média de 9h24 por dia. Em seguida encontram-se as Filipinas com 9h24 e o Brasil com uma média de 9h14. Os países com maior percentagem da população conectada são Qatar e Emirados Árabes Unidos, ambos com 99% e em seguida com 98%, estão Kuwait, Bermuda, Bahrain, Islândia, Noruega, Andorra e Luxemburgo. Já os países com a menor taxa de população conectada são: Coréia do Norte com 0,06%, a Eritreia com 1% e Nigéria com 4%.

Quanto ao “comércio eletrónico”, as pessoas têm aumentado a confiança nas compras *online*. Houve um aumento de 8% em relação ao ano de 2017 (23% da população mundial que representa 1,77 mil milhões de pessoas realizaram ao menos uma compra *online*). O Reino Unido é o país onde é mais comum a realização de compras *online*: 78% da sua população. Completam as posições desse mesmo ranking a Coréia do Sul (74%), a Alemanha (74%) e a Suécia (69%).

No caso particular de Cabo Verde, segundo o Relatório Digital in 2018 na África Ocidental, há cerca de 265 mil utilizadores da Internet, o que representa 48% da sua população. Desses 48%, 45% da população cabo-verdiana utiliza as redes sociais (250 mil pessoas). Houve um aumento de 15% dos utilizadores da Internet em relação a janeiro de 2017, e 9% dos utilizadores das redes sociais. Os 4 Web Sites mais utilizados em Cabo Verde são Google.cv, Youtube.com, Google.com e Facebook.com (com um valor de 250 mil utilizadores ativos).

¹ Disponível em: <https://wearesocial.com>

² Disponível em: <https://hootsuite.com>

A dimensão da Internet, como nos refere Castells (2003), vai além do número de utilizadores, e sim tem muito a ver com a qualidade do seu uso.

Nas suas palavras:

“Atividades económicas, sociais, políticas e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela Internet e em torno dela, como por outras redes de computadores. De fato, ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosa em nossa economia e em nossa cultura.” (Castells, 2003, p. 8)

Ou seja, praticamente tudo se passa pela Internet, portanto aqueles que estão excluídos digitalmente, consequentemente estão excluídos socialmente. Conforme Castells (2003), a exclusão digital pode ser gerada por diversos fatores, tais como:

- Ausência de infraestruturas tecnológicas,
- Capacidade cultural e educacional para utilizar a Internet,
- Problemas económicos ou institucionais para se ter acesso às redes.

Da mesma forma que a Internet pode inserir o indivíduo no ambiente digital, fazendo com ele possa interagir, relacionar, se entreter, fazer comércio, entre outros, pode também o excluir de toda essa possibilidade.

Segundo os estudos de Keniston (2003), há quatro tipos de exclusão digital:

- a) A exclusão que se dá pela diferenciação entre ricos e pobres em relação à facilidade de aceder as tecnologias,
- b) A exclusão que refere às línguas dominadas, ou seja, a maioria dos conteúdos da Internet encontram-se codificados em inglês ou outra língua europeia,
- c) A exclusão que consiste na distinção entre os países ricos e pobres no acesso à Internet, e essa diferença é evidenciada nas relações comerciais,
- d) Exclusão caracterizada pelo surgimento de uma nova elite de profissionais ligados às tecnologias da informação, e esse é um fenómeno de países ricos.

Schwartz (2000) esclarece que para que haja inclusão digital do indivíduo, não basta apenas promover o acesso físico aos cidadãos de baixa-renda (ou aos que não tem acesso aos computadores). É então, necessário tornar os cidadãos capazes de pensar, criar e organizar formas dinâmicas de produção e distribuição.

1.2. A esfera pública e a esfera pública virtual

A existência de uma esfera pública tem um papel muito importante nas democracias, pois através desse espaço, é possível que os cidadãos possam debater sobre assuntos diversos de interesse

comum. Como constata Maia (2001), esse espaço não tem carácter de ambiente formal político, porém as atividades políticas podem ser confrontadas a até mesmo criticadas, com base em argumentos racionais. Como é referido por Habermas (2003), o conceito de esfera pública é construído a partir de mudanças ocorridas do surgimento da nova sociedade burguesa e do Estado de Direito no século XVIII. A esfera pública, conforme Habermas (2003), caracteriza-se como um espaço, em que a sociedade, através da opinião pública, assegura que o Estado irá agir de acordo com ela, por via do vínculo institucional estabelecido.

Habermas (2003), na sua análise social, exclui diversos grupos, tais como as mulheres, os pobres, entre outros. O mesmo autor afirmou que as pessoas que não tinham nenhuma propriedade estavam excluídas do conjunto de pessoas politicamente pensantes, uma vez que não possuíam nem formação e nem informação. Sendo assim, ser politicamente pensante era uma condição essencial para participar na esfera pública.

Conforme Diniz e Ribeiro (2012), Habermas reformularia o seu conceito de esfera pública devido à interpenetração do poder público no setor privado. Esse novo conceito reconhece que há diversos públicos ou arenas discursivas espalhadas pela sociedade. O conceito de esfera pública passa a ser entendido como uma estrutura que faz a mediação entre o sistema político e os setores privados. Maia (2001), também reconhece diversos públicos na esfera pública, e considera que a mesma deve ser vista de maneira diferenciada, ou seja, deve-se ter em conta a diversidade e a complexidade de associações e organizações, tais como: movimentos sociais, organizações voluntárias, grupos de iniciativa cidadã, entre outros.

Segundo Silva (2010), com as mudanças surgidas pela introdução das TIC, surge também a necessidade de um novo conceito de esfera pública. Seria então a esfera pública virtual. Como constata os autores, o conceito de esfera pública virtual situa-se entre as possibilidades ou não da maior participação dos cidadãos através do uso das TIC, ou seja, só poderá haver de fato uma esfera pública virtual, se houver maior participação do cidadão em ambiente digital. Na esfera pública virtual, os cidadãos têm a possibilidade de formar opiniões e discutir assuntos de interesse público através da Internet. Os cidadãos podem utilizar os *blogs*, os sites de redes sociais, os fóruns de discussão *online* para esse fim.

Benkler (2006), um dos teóricos da esfera pública virtual, caracterizou como possibilidade de esfera pública virtual o uso das novas tecnologias por qualquer cidadão, de maneira isolada ou colaborativa, de modo que se produzam ou recebam informações, cultura e conhecimentos.

Ainda o mesmo autor, apresenta algumas características dessa nova esfera pública orientada pelas TIC:

- Reciprocidade do discurso, ou seja, o cidadão não é um mero leitor (tal como acontece nos meios de comunicação de massa), e agora pode participar.
- Possibilidade de os cidadãos criarem conteúdos e disponibilizando-os na Internet,
- Baixo custo para participação e obtenção de informação.

Entretanto, Benkler (2006) reconhece que na Internet há um excesso de informação e há possibilidade de fragmentação da esfera pública na mesma. Portanto, reconhece que há algumas restrições próprias do meio tecnológico.

1.3. Sociedade da informação vs Sociedade do conhecimento

Conforme Neto et al. (2013), as discussões em relação à sociedade de informação e do conhecimento são muitas, e tornaram-se foco de muitas pesquisas e debates. Ao longo do século XX, ocorreram diversas mudanças na forma de armazenamento, transmissão e disseminação da informação. Segundo Neto et al (2013), essas mudanças resultam das experiências das duas guerras mundiais, da industrialização e do avanço constante das TIC.

Com advento da Internet, vários foram os termos atribuídos a essa nova sociedade, dos quais, sociedade de informação e sociedade do conhecimento. Werthein (2000) explica que a aplicação desses conceitos refere-se as mudanças técnicas, organizacionais e administrativas, em que o “fator-chave” já não é a energia como na era industrial, mas sim a informação. Já para Castells (2000: p. 10) essas mudanças são uma “revolução tecnológica que está a remodelar a base material da sociedade em ritmo acelerado”.

O termo sociedade da informação, segundo Takahashi (2002), surge na década de 1970, a partir de discussões sobre a sociedade pós-industrial e quais seriam as suas principais características. As pessoas passaram a reconhecer a importância da informação, tanto para estratégias políticas e económicas, como para o bem social, cultural e educacional, o que fez com que elas buscassem mais informação. Segundo Capobianco (2010), Daniel Bell³ foi um dos principais teóricos da sociedade da informação. Em 1976 já havia feito referência à importância da informação e da

³ Daniel Bell foi um sociólogo americano e professor de sociologia e ciências sociais, criou o conceito de “Sociedade pós-industrial” que se refere a nova fase de evolução em que as sociedades industriais estariam.

geração do conhecimento como uma força produtiva.

Castells (2000)- outro teórico da sociedade da informação- define sociedade da informação como uma sociedade capaz de fazer o melhor uso possível das TIC, tornando a informação como elemento central de toda a atividade humana. Considera que a revolução tecnológica deu origem ao “informacionalismo”, tornando-se assim a base material desta nova sociedade. Já Takahashi (2000) afirma que a sociedade de informação não é nada que está na moda, mas sim representa uma mudança profunda na estrutura e organização da sociedade e da economia.

Neto (2013) explica que as discussões em relação à sociedade do conhecimento não são recentes e também não apresentam um consenso. O teórico Peter Drucker (1993, cit. In Neto et al. , 2013) acredita que o conhecimento (mais do que o capital ou o trabalho) é o único recurso económico significativo da sociedade pós-capitalista, e que a informação aparece como ponto crucial para o sucesso e desenvolvimento de empresas. Já Fuks (2003) afirma que o conhecimento é entendido como principal fator estratégico de riqueza e poder na sociedade do conhecimento. O poderio económico dos países e das organizações está diretamente relacionada ao fator do conhecimento, ou seja, o valor do produto está no conhecimento nele embutido.

Como constata Nehmy e Palm (2002), o uso de diversos termos para essa nova sociedade indica a imprecisão do fenómeno por ser um acontecimento recente, presente, sem história e com carácter de novidade. Contudo, segundo Tellaroli e Albino (2007), essas expressões mesmo que sejam diferentes têm algo em comum: discutem as mudanças sofridas pela sociedade proveniente do advento do computador e da Internet.

2. Da Web à Web 2.0 - evolução

Primeiramente, para compreendermos a Web 2.0, é importante fazermos uma abordagem histórica do surgimento da Internet e o do seu consequente desenvolvimento. Segundo Castells (2003), a Internet teve a sua origem na década de 60, ou seja, no auge da Guerra Fria, mais precisamente em Setembro de 1969, com a ARPA⁴(*Advanced Research Projects Agency*). A ARPA foi responsável pela pesquisa de rede de computadores, e a mesma permitiu que os pontos de interesse estratégico (bases militares, centros de tecnologia e instituições académicas) para os países fossem ligados.

⁴Agência de Projetos de Pesquisa Avançada.

Ainda segundo Castells (2003), o objetivo era ter mais de que um centro de comando, possibilitando a existência de vários computadores conectados entre si para que todos pudessem ter acesso aos dados e programas de forma rápida e a partir de qualquer local. Sendo assim, sem um centro de comando, todos os pontos teriam a mesma importância, e mesmo com a falha da rede num ponto, os outros pontos não seriam afetados. Em situações extremas como uma guerra, a manutenção da comunicação seria garantida, e como constata ainda Castells (2003), o objetivo primordial desse projeto era alcançar superioridade tecnológica e militar em relação à União Soviética.

Como nos explica Primo (2003), em 1990, a Internet era utilizada essencialmente para estabelecer linhas de comunicação em bases comerciais, o que consequentemente levou muitos fornecedores de acesso à Internet a montar as suas próprias redes com o objetivo de estabelecer essas mesmas linhas. Conforme Castells (2003), a partir daí, a Internet teve um rápido crescimento como uma rede global de redes de computadores. O desenvolvimento da Web (*World Wide Web*)⁵, criação de Tim Berners-Lee⁶, fez com que a Internet ganhasse o mundo todo.

Sendo assim, a Internet só entraria de fato na vida das pessoas comuns, muitos anos depois do seu surgimento.

“Embora a Internet tivesse começado na mente dos cientistas da computação no início da década de 1960, uma rede de comunicações por computador tivesse sido formada em 1969, e comunidades dispersas de computação reunindo cientistas e *hackers* tivessem brotado desde o final da década de 1970, para a maioria das pessoas, para os empresários e para a sociedade em geral, foi em 1995 que ela nasceu.” (Castells, 2003: p. 19).

A primeira geração da Web, segundo Choudhury (2014), era caracterizada por páginas estáticas, onde não era possível haver interação entre os utilizadores. Os utilizadores estavam apenas limitados a procurar e a consultar informações que estavam disponíveis, e não tinham autorização para os modificar. Ou seja, os conteúdos na rede estavam disponíveis em “formato de leitura”, conforme o mesmo autor. Como ainda nos explica, um dos principais atributos dessa primeira geração da Web era a grande quantidade de informações disponíveis (informações essas

⁵Traduzida para o português, significa “Rede de Alcance Mundial”, é um sistema de documentos em hipermídia que são interligados e executados na Internet. Esses documentos podem estar em formato de hipertextos, vídeos, sons e figuras.

⁶ Físico britânico e cientista da computação, é o criador da *World Wide Web*.

que anteriormente só estavam disponíveis apenas em bibliotecas, arquivos ou outras formas convencionais de distribuição de informação), a qual todos podiam aceder e a qualquer hora.

Com o avanço tecnológico e com o desenvolvimento das TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação), surgiu uma nova geração Web, designada de Web 2.0. Conforme Choudhry (2014), o termo só ganharia maior destaque em 2004, através da primeira conferência da Web 2.0 realizada por O` Reilly Media ⁷ e Media Live. A Web 2.0 é classificada como a “segunda geração da Web”, e o que a distingue da primeira geração são a interação e participação ativa.

Como nos explica Blattmann e Silva (2007), essas características permitiram que o utilizador passasse de passivo (em que apenas tinha a possibilidade de consultar as informações *online* na rede) a ativo (possibilidade de produzir o seu próprio conteúdo na rede, tais como a publicação de fotos, vídeos, etc.). Portanto, o ambiente das páginas passa de estático para um ambiente mais dinâmico e interativo. Segundo Primo (2007), a Web 2.0 potencializa as formas de publicação, compartilhar e organização de informação, ampliando os espaços para maior interação entre os participantes.

Embora muitos considerem a Web 2.0 como uma “revolução” da Web, outros classificam essa evolução como algo natural, proveniente da forma como passou a ser utilizada. Berners-Lee, o criador de *World Wide Web*, ao ser questionado sobre qual a diferença entre Web 1.0 e Web 2.0, explica:

“Web 1.0 was all about connecting people. It was an interactive space, and i think Web 2.0 is of course a piece of a jargon, nobody even knows what it means. If web 2.0 for you is blogs and wikis, then that is people to people. But that was what the Web was supposed to be all along.”

Ou seja, considera a existência dessa interação desde o nascimento da Web.

Segundo Sousa (2008) a Web 2.0 não é apenas uma nova tecnologia, mas sim uma nova forma de “maximização da inteligência coletiva”. Primo (2007) também considera que a Web 2.0 é o nome dado a nova fase da Internet, baseada em inteligência coletiva, isto é, na construção coletiva do conhecimento. Ainda esclarece que a expressão “nova versão da Web”, não se refere a atualizações técnicas, mas sim a uma mudança na forma como é encarada pelos utilizadores e programadores. Carrera (2009, cit. In Pinho, 2000) apresenta as seguintes mudanças de uma

⁷ É uma companhia de media americana criada por Tim O`Reilly, que publica livros e websites e organiza conferências sobre temas de informática.

geração da Web para outra:

Quadro 1.2: Web 1.0 Vs. Web 2.0

Web 1.0	Web 2.0
Eu publico- tu lê	Nós publicamos- Nós lemos
Eu forneço	Nós partilhamos
Era da produção	Era da colaboração
Sociedade da informação	Sociedade de conhecimento

Fonte: (Carrera, 2012 cit. In Pinho, 2000)

Diferentemente da Web 1.0, o “Nós” predomina na Web 2.0, em que todos publicam, todos partilham e todos interagem, o que gera a colaboração entre os que fazem parte da rede.

2.1. As Redes Sociais Virtuais

Segundo Zimmerman e Osório (1997), o ser humano sempre teve a necessidade de se agrupar com os seus semelhantes, e assim sendo, vai a estabelecer relações de interesse (afeto, de trabalho), que conforme a sua trajetória, se desenvolve e se modifica. Ainda os mesmos autores, as relações iniciam-se primeiro na família, depois nas escolas, e posteriormente no trabalho e na comunidade, ou seja, essas relações se desenvolvem durante toda a vida. São essas relações, que, permitem que as pessoas estejam inseridas na sociedade e conforme a sua interação social, o indivíduo cria e expande a sua própria rede.

Com o passar do tempo, a sociedade sofreu inúmeras transformações (nas formas de comunicação, nas práticas socioculturais, entre outros), provenientes do desenvolvimento das TICs. Deste modo, as relações deixam de depender essencialmente do espaço físico e geográfico. Conforme Recuero (2009), hoje em dia, as relações entre os indivíduos são mediadas pelo computador e as relações funcionam através da interação.

As redes sociais criadas e mantidas na Internet são designadas redes sociais virtuais ou redes sociais na Internet. Ainda segundo a autora, as redes sociais na Internet são construções identitárias do ciberespaço, pois há possibilidade dos indivíduos expressarem elementos constitutivos das suas personalidades e individualidades nos seus perfis pessoais, fazendo das plataformas de interação representações de si mesmos, atuando como atores sociais. Desta forma, essas redes servem como um mecanismo de projeção do ser humano.

Como evidenciam Recuero (2009) e Freeman (2004), o estudo e a análise das redes sociais não

são algo novo. Surgem então, segundo Recuero (2009), com estudos de Simmel e Moreno responsáveis pelos trabalhos que analisam as estruturas sociais, os atores sociais e as suas inter-relações. Entretanto, ainda segundo a mesma autora, o estudo e a análise das redes sociais na Internet acabam por ser algo novo, pelo facto de estarem inseridas no ciberespaço⁸acabam por apresentar elementos novos e novas dinâmicas para o seu estudo.

Na perspetiva de Recuero (2012), as redes sociais no ciberespaço acabam por ser diferentes das redes sociais fora da Internet (espaço *offline*) por duas razões:

- Tudo o que é feito na Internet, tais como conversações, publicações, entre outros, deixam rastro *online*. Facilmente se pode recuperar ou buscar esses tais “rastros”.
- As redes sociais no ciberespaço são representadas por *sites* de redes sociais e por ferramentas que permitam essa inter-relação.

Recuero (2005) define uma rede como um conjunto de nós conectados por arestas, ou seja, um conjunto de dois elementos: atores sociais (pessoas, instituições, ou grupos), que são os que fazem parte da rede, e as suas conexões, ou seja, os laços sociais. Os laços sociais seriam então formados através da interação social entre atores sociais. Sendo assim, como evidencia Primo (2007), essas redes *online* não se formam com simples conexão, é necessário que haja interação entre os envolvidos. Na perspetiva de Aguiar (2007), por implicar uma dinâmica de relacionamento de grupos, as redes são consideradas então fenómenos coletivos, que possibilitam diversas tipologias de relações, tais como, relações de trabalho, de estudo, entre outros. Para o estudo da rede é necessário ter atenção aos processos dinâmicos da rede. Sendo assim, Primo (2007) reconhece que as redes se adaptam e modificam-se com o passar do tempo.

Zenha (2018) considera a rede social *online* como uma representação de relacionamentos afetivos e/ou profissionais entre os indivíduos agrupados em torno de interesses comuns, e tecem redes informacionais através de trocas de discursos realizados no ambiente virtual. Para participar de uma rede social *online* é necessário que o utilizador estabeleça interação com o grupo, compartilhando as suas afinidades e interesses comuns. Zenha (2018) sublinha que essas redes são tanto um espaço privado como um espaço público. Privado, pois somente os seus

⁸É um ambiente criado de forma virtual através do uso das TIC`s com destaque para a Internet. Só tornou-se possível graças a uma grande infraestrutura técnica na área de telecomunicação composta por cabos, fios, redes computadores, etc.

amigos podem ler o seu *post*, e público, pois no momento que a mensagem é respondida por um utilizador da sua rede, passa a estar disponível para os utilizadores que o seguem.

Recuero (2009) esclarece que:

“Embora os *sites* das redes sociais atuem como suporte para as interações que constituirão as redes sociais, eles não são, por si, redes sociais. Eles podem apresenta-las, auxiliar a perceber-las, mas é importante salientar que são, em si, apenas sistemas.”

Com essa afirmação, a autora pretende mostrar que os *sites* de rede social não são por si redes sociais. Conforme Aguiar (2007), os primeiros *sites* de rede social surgem nos meados dos anos de 1990, nos E.U.A. De acordo com Boyd e Ellison (2007), em 1997, surgiu o primeiro site de rede social, o SixDegrees.com⁹. Este *site* de rede social permitiu que os utilizadores pudessem criar os seus próprios perfis, bem como listar os seus “amigos”. Segundo Aguiar (2007), com o lançamento do Friendster¹⁰, em 2002, surgiu uma nova geração dos *sites* de rede social (que tinha como modelo base o “Círculo de amigos”). Na sua perspetiva, neste “círculo de amigos”, os utilizadores criam um perfil que pode ser público ou semipúblico a partir de dados estruturados num formulário, e esses dados são associados tanto aos perfis de amigos, conhecidos, como para “amigos de amigos”, a qual possuem algum tipo de proximidade na vida real.

Segundo relatório do *site* “We are social” media, cerca de 1 milhão de pessoas começaram a usar os sites de redes sociais em 2017, sendo que a cada 11 segundos havia um novo utilizador. Os países que mais apresentaram crescimento no número de utilizadores dos *sites* de redes sociais foram a Arábia Saudita (32%), a Índia (31%), Indonésia (23%), Gana (22%) e África do Sul e Vietname (ambos com 20%). Outro dado referente as redes sociais é o perfil mais comum de utilizador de rede social no mundo, que é o homem.

2.2. Cidadania e participação política em ambiente digital

Segundo Marshall (1998) a cidadania se refere aos direitos e deveres de um membro de um Estado-nação ou de uma cidade. É uma expressão muito utilizada por diversos ramos da sociedade, sendo o ramo político o que mais a utiliza. Embora a cidadania tenha a sua raiz na

⁹Foi um *site* de serviço de rede social (de 1997 a 2001) e foi baseado no modelo *web of contacts*.

¹⁰ É uma rede social fundada em 2002 por Jonathan Abrams, e foi pioneira no género, que tem como exemplos mais famosos o hi5, Orkut, MySpace e o Facebook.

época antiga, o conceito atual e o da Grécia são um pouco diferentes. Portanto, é importante referir as mudanças do conceito ao longo dos tempos, bem como lugares.

Conforme Sebastião et al. (2012), a prática e a ideia da cidadania têm a sua raiz histórica na Polis grega (Grécia antiga) mais precisamente em Atenas (século V a IV a.C.), contudo, a cidadania na Grécia antiga era limitada, ou seja, só eram considerados cidadãos aqueles que eram considerados “homens livres”¹². Já na Roma antiga, podemos verificar a existência dessa ideia de cidadania, que era classificado como a capacidade de exercer direitos políticos e civis. Entretanto, havia uma certa distinção entre os que se encaixavam nessa qualidade e os que não se encaixavam, tal como na Grécia antiga. A cidadania era então, destinada aos homens livres, entretanto, nem todos os homens livres eram considerados cidadãos. Apenas os patrícios tinham a possibilidade de participar na vida pública.

Conforme Grosselli (2012), após queda do Império Romano, as estruturas sociais sofreram profundas alterações. Com o início da Era Medieval, os princípios da cidadania ficaram “suspensos”, pois é um período marcado por uma forte hierarquia de classes sociais (o clero, a nobreza e os servos). Essa estrutura social marcada por uma forte dependência da parte dos vassalos em relação aos senhores. Sendo assim, Grosselli (2012), com o relacionamento de dependência entre “senhores-vassalos” o conceito de cidadania estava suspenso.

Com o fim do feudalismo e mediante a formação dos Estados nacionais (ainda formada e organizada em clero, nobreza e povo), volta a ter uma centralização do poder nas mãos do rei, cuja autoridade abrangia todo o território e era reconhecida como legal pelo povo. As nações modernas, governos e instituições nacionais surgiram a partir de monarquias nacionais formadas pela centralização ocorrida no desenrolar da Idade Moderna. Conforme Bernardes (1995, cit. In Grosselli, 2012), a partir do momento em que o estado moderno começa a se organizar, surge a preocupação de definir quais serão os membros deste Estado. Deste modo, a ideia atual de nacionalidade e de cidadania só será fixa a partir da Idade Contemporânea.

Mediante formação dos Estados Democráticos de Direito, a cidadania¹¹, conforme Grosselli (2012), torna-se um dos princípios fundamentais, e um fator preponderante para a participação

¹¹ Conforme Marshall (1998), existem 3 elementos que constituem os direitos da cidadania: direitos civis (referente aos direitos a liberdade individual dos indivíduos na sociedade), direito político (direito de participar na vida política da sociedade), e o direito social (direito de usufruir do bem-estar social e económico de acordo com padrões da dignidade humana). Em contrapartida, Sebastião (2012), acredita que há 4 dimensões da cidadania, acrescentado a dimensão económica.

do povo na formação da vontade do Estado. Sendo assim, a cidadania já não é apenas uma condição de pertencer a uma determinada comunidade, mas é também uma forma de exercício de direitos e deveres.

A Internet faz parte do cotidiano de milhões de pessoas, portanto, o virtual e o físico não estão dissociados. Com o advento das TIC, houve transformações profundas da sociedade moderna, o que leva a reflexão sobre o surgimento de novos espaços cívicos e participativos em ambiente digital. Com o progresso das tecnologias digitais, o conceito de cidadania vê-se obrigado a acompanhar os desafios provindos desse progresso. Embora alguns autores afirmem que estamos perante um novo tipo de cidadania, outros preferem ser modestos, e afirmam que estamos perante novas práticas cívicas.

Mossberg et al. (2007) caracteriza a cidadania digital como uma habilidade de participar na sociedade *online*, e define cidadãos digitais como aqueles que usam a Internet de forma regular e efetiva para participar na vida social. Ainda, tal como explica Mossberg et al. (2007), o uso diário da Internet implica tanto uma competência técnica, como uma literacia em relação às informações da Internet, mostrando, portanto, que para ser um cidadão digital não basta apenas ter acesso à Internet.

Em contrapartida, Hermes (2006) considera que as TIC não produzem necessariamente uma nova cidadania, mas sim novas práticas de cidadania. Portanto, o autor considera que as TIC tem um impacto nas práticas de cidadania, porém não ao ponto de surgir um “novo tipo de cidadania”.

A cidadania sugere a inclusão e a participação, ou seja, a cidadania implica que o indivíduo seja ativo e não passivo. Sendo assim, segundo Grosselli (2012), a cidadania implica um “estatuto participativo”. Concluímos então que a participação é uma componente fundamental para a cidadania.

E como cita Grosselli (2012):

“A cidadania, (...) apela ao poder de cada indivíduo enquanto ser social, independentemente do seu estatuto social de governante ou governado, de ser criança, jovem, adulto ou idoso, pertencer ou não a uma maioria censitária, que consiste em dar-se poder a si próprio, de efetuar o governo de si mesmo, consiste em participar ativamente na vida da cidade, antes da evocação dos direitos de participação ou da evocação de outras vertentes da lei.” (Grosselli, 2012, p. 70)

Sendo a participação uma componente fundamental da cidadania, é importante abordar o conceito de participação política.

O homem em si pode participar em vários grupos, tais como:

- Primário- que seria a família, vizinhança e grupos de amigos,
- Secundário – empresas, associações profissionais e sindicatos,
- Terciário – partidos políticos e movimentos de classe.

Pasquino (2010, cit in Borba, 2012) define participação política como sendo um conjunto de ações e comportamentos, cujo objetivo é exercer uma influência sobre as decisões dos detentores do poder no sistema político, e essa influência pode ser de forma direta ou indireta, legal ou mais ou menos legal. Verba e Nie (1971, cit. In Borba, 2012) também apontam a influência como o objetivo primordial da participação política, e essa influência é feita pelos cidadãos privados, de forma direta ou indireta. Entretanto, Borba (2012) considera essas definições restritas, pois coloca a influência como “único repertório político”. Ainda, o mesmo autor acredita que os diferentes conceitos têm muito a ver com o contexto em que os próprios atos de participação operam, ou seja:

“Se, nos anos de 1960, a definição se estruturava, sobretudo, em função das modalidades eleitorais, os novos repertórios que começam a fazer parte da ação coletiva, desde então, (protestos, boicotes, etc.) obrigam que sejam, de alguma maneira, incorporados pelas definições de participação.” (Borba, 2012: p.264).

Como constata Borba (2012), um dos primeiros esforços empíricos para classificação das modalidades de participação foi desenvolvido por pesquisadores norte-americanos na década de 1970. Esses pesquisadores fizeram uma proposta de quatro tipificações convencionais: o voto, atividade de campanha, contato político e atividade cooperativa. Em 1979, a partir do projeto *Political Action*¹² foi apresentado uma nova forma de classificação da participação política, conforme nos explica Borba (2012), que incluíam as modalidades não convencionais (manifestações legais, boicotes, abaixo-assinado, greves, entre outros). Entretanto, Borba (2012) considera que já não faz sentido fazer a distinção entre participação convencional e não

¹² Projeto que iniciou em 1971, reuniu cientistas sociais em torno de um estudo que abrangeu a realidade de cinco países (Áustria, Inglaterra, Holanda, Estados Unidos e Alemanha Ocidental.) (Borba,2012)

convencional tendo em conta a realidade do século XXI, pois os atos que eram considerados não convencionais no contexto dos anos 70, hoje são considerados convencionais.

O aumento do acesso à Internet associado a disseminação de telemóveis, tem mudado a forma como as pessoas interagem, como acedem a informação e também como participam na política. Gomes (2011) lembra que o debate sobre a participação política na Internet ainda depende muito da discussão mais ampla sobre a participação política, herdando assim muitos vícios conceituais e muitas lacunas do debate tradicional. Sendo assim, explica:

“O fato é que o debate sobre a participação política *online* é tributário daquele mais amplo e tradicional sobre a participação política. Por essa razão, tende a ser parte de um debate mais largo, e na maior parte das vezes, restringe-se a questões relacionadas à aplicação de argumentos e pressupostos melhor examinados e discutidos em campos como a teoria política ou democrática. Por isso mesmo, a preocupação com a participação política *online* acaba herdando automatismos conceituais, vieses e lacunas do debate tradicional”. (Gomes, 2011: p. 4)

Apesar de o debate não estar concluído, Sebastião e Elias (2012) consideram a Internet como uma ferramenta capaz de aprofundar a relação entre a sociedade civil e os atores políticos através da e-participação, ou seja, a participação política utilizando a Internet. Ainda realçam que a participação pela Internet tem-se mostrado como uma forma de escapar a política imposta de cima para baixo (comunicação vertical), em que há um baixo nível de participação e envolvimento dos cidadãos. Gomes (2005), Frey (2001) e Souza (2011) evidenciam que a Internet abre possibilidade para maior participação política e exercício da cidadania por ser um espaço de livre expressão, sem filtros e censuras governamentais, de fácil acesso, assim como ampla disponibilidade e circulação de informações. Gomes (2005) acrescenta ainda que a Internet é um espaço de interatividade, cujo acesso é cómodo, confortável e a baixo custo, e ainda, um espaço capaz de proporcionar oportunidades às vozes minoritárias e excluídas.

Tambouris et al. (2007) identifica 4 níveis de participação política na Internet: e-informação (canal de informação dos cidadãos), e-consulta (canal de comunicação online para coletar respostas e alternativas do público), e-envolvimento (assegurar que as preocupações públicas sejam compreendidas e levadas em consideração), e-colaboração (canal interativo entre os cidadãos e o governo, em que os cidadãos podem participar no desenvolvimento de alternativas e na identificação de soluções).

Na perspetiva de Gomes (2005) deve-se reconhecer que a Internet pode fazer muito pela participação política, entretanto, sem se esquecer das restrições da Internet, que são próprios

dela, conforme nos explica Gomes (2005). Vale então citar as críticas à Internet como espaço de participação política, apresentadas por Gomes (2005):

- Não há garantias de que as informações na Internet sejam todas elas qualificadas, apesar do grande fluxo de informação disponível na rede. A questão da informação revela-se importante, uma vez que a qualidade da participação depende da qualidade e extensão da informação política.
- A desigualdade de acesso à Internet, uma vez que nenhuma sociedade por mais homogênea que seja, consegue uma distribuição igualitária de acesso às oportunidades digitais de participação. Portanto, a inclusão digital é um princípio importante, e a partir daí haverá igualdade de oportunidade de participação, por meios e recursos disponíveis a todos.
- A cultura política que refere ao interesse do cidadão em participar. A Internet dispõe de uma vasta gama de informações de cunho político, entretanto se não houver interesse significativo em adquirir, e analisar as informações, não haverá espaço para a participação.
- O predomínio dos meios de comunicação. Se esperava que a Internet modificasse o panorama da comunicação política, entretanto os meios de comunicação de massa continuam a ser os fornecedores prioritários da informação política relevante,
- O sistema político continua fechado, ou seja, a classe política utiliza a Internet para fazerem política de imagem, propaganda, condução da opinião pública, porém não há uma mudança radical da forma de fazer política através da Internet,
- Liberdade e controle. A Internet é um espaço propício à liberdade de expressão, entretanto vários grupos racistas, xenófobos, entre outros, podem facilmente espalhar mensagens de ódio e racismo.

Para Gomes (2005), existe a necessidade de “capital cultural” aos indivíduos envolvidos no debate. Considera que apenas o acesso à informação não torna o cidadão mais informado ou ativo, é necessário haver um certo interesse. Maia (2002) e Marques (2011) reforçam a importância da ideia de motivação e interesse por parte dos cidadãos em participar, pois, nada vale ter meios para aceder às informações políticas na Internet, e haver falta de vontade política e interesse nas questões públicas. Sebastião e Elias (2012, p.63) completam essa ideia, afirmando que é preciso considerar que “a falta de interesse dos seguidores e a crise de confiança nas instituições e nos atores políticos são limitações significativas ao envolvimento *on-line*”. Para

finalizar, para uma participação efetiva em ambiente digital para além do envolvimento e conhecimento das novas TIC, é necessário o cidadão desenvolver a consciência de uma cidadania forte e ativa.

2.3. Democracia online? Visões otimistas, pessimistas e moderada

Por se tratar de um conceito novo, a Democracia digital tem levado a vários debates e perspectivas, contudo nenhum com consenso. Há a visão otimista que acredita no potencial da Web 2.0 como elemento que poderá revitalizar a democracia, há a visão pessimista que considera que a web 2.0 não passa de uma “promessa” falhada a nível de melhoramento da Democracia, e também há os que admitem o potencial da mesma, porém esse potencial é limitado, a visão moderada. A visão otimista refere que:

- A Internet permite que haja acesso a informação e possibilidade de participação a baixo custo segundo Gomes (2005), Marques (2008) e Sampaio (2010).
- O cidadão pode adquirir qualquer informação na Internet, portanto segundo Gomes (2005), e Sampaio (2010) há uma ampla disponibilidade de informações na mesma.
- Para conseguir as informações pretendidas, o cidadão ou o internauta não precisa se deslocar, considerando que a Internet traz comodidade, conforto e conveniência conforme Gomes (2005).
- No espaço “*online*”, há uma grande facilidade de comunicação direta, interativa, rápida e sem obstáculos entre os cidadãos e entre cidadãos e políticos segundo Gomes (2005), Marques (2008) e Sampaio (2010).
- Esse mesmo espaço, garante a liberdade de expressão (um dos elementos fundamentais da Democracia), pois há inexistência de filtros e controles segundo Gomes (2005) e Sampaio (2010).
- Todos têm espaço de opinar e discutir, portanto todos são tratados numa base igualitária segundo Gomes (2005) e Sampaio (2010).
- Com a Internet, o acesso, a reunião e a transmissão de informações é mais veloz, segundo Marques (2010).
- Com a Internet é possível dar voz aos segmentos marginalizados da sociedade, ao contrário do que se passa “*offline*”, em que há barreiras impostas pela censura governamental e pelos interesses das indústrias de entretenimento e da informação segundo Gomes (2005), Marques (2008) e Sampaio (2010).

- Acesso universal às informações e às novas tecnologias conforme Gomes (2005) e Sampaio (2010).

Em contra posição, a visão pessimista apresenta as seguintes argumentações que mostram que a Internet é uma “promessa falhada”:

- Exclusão digital, ou seja, nem todos têm acesso às novas tecnologias e nem todos podem participar das mesmas segundo Gomes (2005), Marques (2008), Sampaio, 2010).
- Ausência da racionalidade, uma vez que a Internet não possui uma ordem, os debates se dão de maneira pouco precisa segundo Gomes, (2005), Marques (2006), e Sampaio (2010).
- Desorganização do ambiente digital conforme Marques (2006).
- Falta de competência dos cidadãos comuns para discutirem temas específicos que necessitam de especialização conforme Marques (2006).
- Percepção de que a formação da opinião pública no ambiente digital não tem o mesmo aprofundamento que pessoalmente conforme Marques (2006).
- Dificuldade de formar laços de confiança e solidariedade através da Internet devido a falta de contacto físico segundo Marques (2006)
- Excesso de informações conforme Sampaio (2010).
- Possibilidade de a Internet ser monitorada por empresas e governos, cujo objetivo é garantir o poder autoritário sobre os cidadãos conforme Sampaio (2010).
- Probabilidade de a Internet encorajar escolhas baseadas no interesse privado, acabando com a interação entre indivíduos na tomada de decisão segundo Sampaio (2010).
- Fragmentação da esfera pública segundo Sampaio (2010).

Como constata Diniz e Ribeiro (2012), o potencial da Internet na ótica moderada não é vista da mesma forma que a visão otimista e nem a pessimista. Apesar da visão moderada admitir o potencial da Internet, não considera que a Internet resolverá todos os problemas da Democracia como é considerado na ótica otimista e nem tão pouco que haverá mudanças das esferas do poder e dos seus problemas do “mundo real” para o “mundo virtual”, como a visão pessimista. Segundo Gomes (2005), a Internet não é um caminho para a “Democracia direta”, contudo, permite a construção de conteúdos pelos cidadãos (que poderão influenciar nas ações dos governantes), uma vez que permite discussões a qualquer momento. Apesar de admitir algum potencial da

Internet, a visão moderada considera esse potencial limitado, seja por problemas próprios da tecnologia, ou seja, problemas encontrados no mundo real, tal como a “exclusão digital”. Então, segundo Gomes (2005), as TIC, neste contexto, são consideradas como instrumento e não como propiciador da reestruturação da esfera pública.

3. O Facebook como espaço de cidadania. Verdade ou mito?

O Facebook é o *site* de rede social mais popular com 2 mil milhões de utilizadores ativos¹³. É caracterizado por ser um espaço onde há uma grande circulação de informações que podem ser acedidas e compartilhadas por todos. Segundo Recuero (2009), o Facebook é um espaço onde prevalece a liberdade de expressão, ideal para manifestação individual, ou seja, os indivíduos têm possibilidade de manifestar as suas opiniões. No Facebook, pode-se encontrar pessoas que compartilham da mesma opinião e a partir de aí organizar grupos para protestos, movimentos entre outras ações. Na perspetiva de Pereira (2013), nos governos democráticos, as redes sociais tendem a ser as novas “ágoras públicas”, devido ao seu potencial colaborativo. O autor vê nas redes sociais a conceção “habermasiana” de esfera pública moderna, constituindo-se espaço público privilegiado para o debate de temas públicos.

O caso das revoltas no Egito é exemplo de exercício da cidadania pelo Facebook. O governo do Egito apesar de manter-se no poder por meio da violência estatal, tornou-se aliado dos EUA para a sustentação do Estado de Israel, devido à sua localização estratégica para o mundo árabe (já que se situa entre as potências de petróleo, Arábia Saudita, despótico e corrupto). A grande insatisfação popular foi crucial para que houvesse participação política no Facebook. Como nos explica Pereira (2013), os revolucionários criaram *Fanpages*¹⁴, que tiveram um papel importante nessa Revolução. Essas *fanpages* criadas no Facebook serviram como canais de articulação e mobilização. Os recursos de fotos foram muito utilizados, em que era mostrado fotos de protestos no Egito e em outras partes do mundo. Emirados Árabes Unidos). As revoltas no Egito surgem em 2011, devido à insatisfação do povo, e foram capazes de derrubar o governo de Mubarak.

¹³ Dados disponíveis em:

<https://www.zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/amp/>
<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-numbers-of-users/>

¹⁴São espaços que reúnem pessoas interessadas sobre um assunto, causa, ou a uma personalidade.

Conforme Pereira (2013), os motivos da insatisfação do povo foram: enorme violência policial, restrição dos direitos civis, alta taxa de desemprego, salários baixos, falta de moradia, governo.

O Facebook contribuiu com a facilitação da troca de mensagens, serviu como espaço de discussão de ideias, deu visibilidade mundial ao movimento e apoio a movimentos similares em outros países. Correia e Moreira (2014) consideram também que o Facebook teve um papel importante, pois através do uso dessa rede foi possível a organização e dinamização dos protestos por parte dos manifestantes. Sendo assim, podemos considerar que o Facebook é um espaço de promoção da cidadania, que facilita o acesso à informação, promove a liberdade de expressão, e atua como conector entre os utilizadores, promovendo o debate. Esse debate pode ser feito com argumentos racionais, porém pode ser também apenas através de expressões do senso-comum.

3.1. O Facebook, origens e objetivos

Inicialmente chamada de *TheFacebook*, foi um projeto criado em 2003 pelo ainda estudante da Universidade de Harvard, Mark Zuckerberg¹⁵ (Recuero, 2005). O *site* não foi apenas desenvolvida por Mark Zuckerberg, houve também a colaboração de Eduardo Saverin (brasileiro), Dustin Moskovitz, Andrew McCollum e Chris Hughes (norte-americanos). Ainda segundo a autora, após o seu lançamento, só era permitido acesso à rede social aqueles que eram estudantes da Universidade de Harvard. Havia-se constatado que mais de metade dos alunos estava presentes no *TheFacebook*. Conforme Correia e Morreira (2014), em 2005, a palavra “*the*” sairia do nome da rede social quando a mesma foi comprada.

Somente em 2006 seria possível a inscrição de qualquer pessoa no Facebook (qualquer pessoa com idade superior a 13 anos), o que contribuiria com maior expansão da rede. Em janeiro de 2009, o Facebook se tornou o *site* de rede social mais utilizado no mundo (estudo realizado pelo site Compete.com¹⁶), com mais de 68 milhões de visitas, superando uma das maiores redes sociais da época, o MySpace. Em 2011, o *site* tornou-se o maior servidor de fotos do mundo e se tornou a segunda rede social com maior acesso nos E.U.A (dados da Nielsen¹⁷). Outubro de 2012, Mark Zuckeberg anunciaria que o Facebook havia ultrapassado a marca de mil milhão de utilizadores. Para se chegar a tal número, tiveram-se em conta os membros ativos, ou seja, aqueles que

¹⁵Programador e empresário, conhecido como um dos fundadores do Facebook.

¹⁶Foi um analisador de “web traffic”, fundado em 2000 e operações terminadas em Dezembro de 2016.

¹⁷É uma empresa global de informação, dados e mediação germânico-americano com sede em Nova York. A empresa oferece uma variedade de informações em pesquisas de mercado, usando metodologias próprias.

visitaram o *site* ou acessaram a mesma ao menos uma vez no mês.

Segundo relatório Digital in 2018 do *site We are social media*, os países com maior número de utilizadores femininos do Facebook são Belarussia (58%), Ucrânia (57%), Moldávia e Rússia (ambas com 56%). Em contrapartida, os países com mais utilizadores masculinos são Iémen (85%), Afeganistão (84%) e Chade e Sudão (ambos com 82%). Atualmente, o objetivo do Facebook (2019), de acordo com o próprio *site*, é melhorar a comunicação das pessoas com os seus amigos, familiares e colegas de trabalho, e para isso foram desenvolvidas tecnologias para melhorar essa comunicação e facilitar a partilha de informações. Antes de utilizar esse *site*, os utilizadores devem inscrever-se e só depois podem criar o seu próprio perfil (por via de e-mail válido). Após criar esse perfil, o utilizador pode adicionar outros utilizadores como amigos (sendo eles amigos ou desconhecidos), trocar mensagem, atualizar o seu perfil, receber notificações, entre outras.

Segundo Dias (2019), o Facebook disponibiliza três tipos de perfis:

- Perfis de utilizadores,
- *Fan Pages*,
- Grupos de discussão,

O perfil é onde se pode partilhar informações sobre si mesmo, como interesses, fotos, cidade natal, entre outros. Para o perfil ficar completo, o utilizador pode adicionar uma fotografia. O Facebook permite colocar um número ilimitado de fotografias, que podem ser organizadas em pastas temáticas com referência temporal e geográfica. O utilizador pode fazer a legendagem a seu gosto e também identificar amigos com conta no Facebook. Os utilizadores podem ainda partilhar notícias, músicas, ligações para outros *sites*.

Os utilizadores ao conectarem-se com outros membros da rede, passam a ser “amigos”, e ainda podem ser colocados em outras categorias como “família” e “amigos chegados”.

As *Fan Pages* surgiram em decorrência da crescente vontade dos utilizadores de estabelecer um contato com marcas, empresa ou celebridades que admiram. Ainda segundo o mesmo autor, qualquer pessoa, mesmo as que não estejam inscritas no Facebook, podem acessar o conteúdo postado e as que deram um “like” na página passam a receber atualizações da mesma.

Como constata Correia e Moreira (2014), através de um simples clique, o Facebook oferece aos seus utilizadores formas rápidas e fáceis de interação social: enviar mensagens, indicar

aprovação a um comentário ou imagem através do botão *like*. Também é possível comprar ou vender itens no *market place* e encontrar entretenimento na página de jogos.

Correia e Moreira (2014) consideram que o que mais diferencia o Facebook de outros *sites* de rede social é a sua plataforma, uma vez que permite que outros *websites* e aplicações se integrem no Facebook através de uma linguagem aberta, designada de *Open Graph* (ferramenta que possibilita a colocação de ícones de ligação ao Facebook, em qualquer página da Web, permitindo que qualquer *website* seja facilmente integrado nesta rede social). Segundo os mesmos, os utilizadores podem publicar fotos e identificar outros utilizadores por via de *tags*¹⁸.

Com as evoluções tecnológicas, o Facebook atualizou a sua versão. Segundo Dias (2019), em 2016, o Facebook disponibilizou para todos os utilizadores as “Reações”. É possível reagir às publicações no *feed* de notícias e essas reações demonstram um nível mais alto de engajamento por parte dos utilizadores. Para além do botão “Like”, o Facebook oferece mais quatro reações¹⁹: “Amei”, “Riso”, “Surpresa” e “Raiva”. O objetivo dessas reações é dar aos utilizadores novas formas de se expressar.

O Facebook atualmente está disponível em 70 idiomas. Segundo Dias (2019), uma das novidades foi o “Facebook Live”, uma ferramenta que possibilita a transmissão ao vivo de vídeos. O “meu dia”, também foi outra novidade, e é um recurso que traz coleções curtas de fotos e vídeos gerados por um utilizador pessoal ou página de negócios. O conteúdo é disponibilizado por apenas 24 horas, desaparecendo automaticamente depois disso. A ferramenta é focada na câmara do aplicativo do Facebook, que permite aos utilizadores aplicar filtros e máscaras divertidos ao seu conteúdo, além de adicionar *tags* de localização geográfica visual às suas fotos e vídeos. O “meu dia” aparece na parte superior do *feed* de notícias²⁰.

3.1.2 Os dados pessoais e as polémicas em torno do Facebook

Em 2018, o Facebook esteve envolvido em um dos maiores escândalos, ao ser acusado de não proteger os dados dos seus utilizadores. Conforme Agner e Hofstetter (2018), esse caso envolveu

¹⁸Formas de organização e classificação de informações comuns na Internet. As *tags* são conhecidas como palavras-chave.

¹⁹*Like* expressa que a pessoa gostou da publicação, *Adoro* expressa forte aprovação relacionada a um *post*, *Riso* (ahah) expressa graça ou até ironia em relação a um *post*, *Surpresa* (oww) essa reacção pode ser usada para reagir a situações surpreendentes, sejam elas boas ou ruins, *Raiva* (Grr) expressa raiva, desaprovação ou indignação do conteúdo da publicação, *Triste* expressa o sentimento de tristeza em relação à publicação.

²⁰ Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/klickpages.com.br/blog/facebook-stories/amp/>

a Cambridge Analytica, empresa britânica de *marketing* político, que foi acusada de uso inapropriado de dados de 87 milhões de perfis do Facebook, para a campanha de Donald Trump (eleições presidenciais norte-americanas de 2016) e durante o Brexit (saída do Reino Unido da União Europeia). A Cambridge Analytica investiu um milhão de dólares no desenvolvimento de algoritmos, com o objetivo de tratar os dados extraídos pelo Facebook em 2016 (dados de 270 mil perfis). Com esses dados, projetou uma campanha política explorando fragilidades emocionais e perfis de personalidade.

Segundo Agner e Hofstter (2018), os utilizadores da Internet deixam, diariamente, muitos dados pessoais na rede, tais como idade, endereço, renda, religião, passatempos, entre outros. Para além dessas informações, a Cambridge Analytica comprou outras informações legalmente de cartão de créditos, bancos, entre outros. Com isso, reuniu até cinco mil informações de cada um dos 230 milhões de cidadãos adultos que vivem nos E.U.A. A empresa conseguiu definir 32 tipos de perfis de personalidade, em diversas partes do país, aos quais enviou centenas de milhares de mensagens individualizadas. Como a maior rede social atual, o Facebook influencia massivamente o comportamento e decisões de quem utiliza as suas ferramentas, principalmente a nível de consumo de produtos, serviços e informações. Deste modo, as marcas e empresas têm grande interesse em estar presente nessa rede.

A possibilidade de manipulação do espaço público, apresenta-se como uma limitação ao uso do Facebook como ferramenta de participação política e de cidadania. Deste modo, é importante abordarmos os conceitos de *fake news* e “pós-verdade”.

Segundo Branco (2017), o dicionário de Oxford define a “pós-verdade” da seguinte forma: “o que é relacionado ou denotativo de circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que aqueles que apelam à emoção e à crença pessoal”, ou seja, “pós-verdade” é a informação em que se realça os fatos que apelam à emoção e à crença pessoal, em detrimento dos fatos concretos.

Já as *fake news* são informações cujo conteúdo não é verídico. As *fake news*, de maior ou menor grau, contribuem de alguma forma para a desordem intelectual online, com eventuais consequências para o mundo real. Branco (2017) divide os *sites* que compartilham *fake news* em quatro categorias distintas:

- a) Os que intencionalmente buscam enganar através de manchetes tendenciosas,

- b) Os de reputação razoável que compartilham boatos em larga escala sem verificar corretamente os fatos,
- c) Os que relatam de forma tendenciosa fatos reais, manipulando a informação,
- d) Os que humoristicamente trabalham com situações hipotéticas.

As *fake news* tem atingido níveis alarmantes, o que faz com que seja tema de debate público. A possibilidade de manipulação do espaço público apresenta-se como uma limitação ao uso do Facebook como ferramenta de participação política e de cidadania. Ranco (2017) realça a importância de investir na educação para aprender a identificar com clareza as informações, e também de iniciativas de criação de entidades para verificar os fatos (*fact checking*).

3.1.3 O discurso de ódio no Facebook

Como nos explica Moura e Cardoso (2017), as discussões sobre o discurso de ódio têm sido pertinentes na atualidade. Essas discussões são feitas principalmente em Estados em que o regime de governo é democrático, uma vez que a liberdade de expressão é um dos princípios democráticos, e tem a sua garantia assegurada pela proibição da censura. No entanto, o direito à livre manifestação do pensamento não admite discursos de preconceitos, discriminação e ódio.

A Internet, mais especificamente o Facebook, são espaços propícios para a liberdade de expressão, onde o indivíduo pode expressar os seus sentimentos e opiniões de diversas formas, tais como através de *post*, fotos, comentários entre outros. Segundo da Silva et al (2011), o homem pode propagar mensagens de conteúdo prejudicial, o que pode por em causa os direitos fundamentais de outros utilizadores. Estamos a referir ao discurso de ódio nas redes sociais virtuais. O discurso de ódio, conforme Da Silva et al (2011), compõe dois elementos básicos:

- Externalidade- A existência do discurso do ódio, assim como toda expressão discursiva, exige a transposição de ideias do plano abstrato para o plano concreto, ou seja, o discurso que não é colocado para o externo, é pensamento e emoção.
- Discriminação- Desprezo por pessoas que possuem alguma característica que as torna componentes de um grupo.

Da Silva et al (2011) considera que o discurso de ódio é caracterizado pelo desprezo por pessoas pertencentes a um grupo, ou seja, é a inferiorização da pessoa por pertencer a uma determinada

raça, cor, etnia, nacionalidade, religião e sexo, entre outros. Observa ainda que esse discurso é caracterizado pela presunção de superioridade do emissor, e inferioridade de quem é atingido. Tal discurso, como nos refere Moura e Cardoso (2017), emerge como uma das formas de violação aos direitos humanos, ferindo princípios de igualdade, fraternidade e respeito ao outro.

Enquanto na “vida *offline*” as pessoas evitam expressar opiniões preconceituosas e agressivas, com medo das consequências, na “vida virtual” esses comportamentos são liberados. No ambiente digital, as pessoas têm mais facilidade de gerar esses comportamentos devido à falta de punição. Além disso, as pessoas podem criar perfis falsos para atacar outras.

As pessoas que normalmente fazem o discurso do ódio procuram a área da publicidade e propaganda para angariar adeptos. O objetivo é aumentar a aceitação desse discurso, apelando a argumentos emocionais. Da Silva et al (2011: p. 39) faz referência a um ponto importante, lembrando que “ o discurso é tanto mais nocivo quanto maior o poder difusor dos meio de veiculação”, ou seja, quanto maior for a difusão do discurso de ódio na rede, maior a propagação dessas ideologias. Muitos terroristas, xenófobos, racistas entre outros, têm utilizado o Facebook como espaço para propagarem as suas ideologias.

Com a difusão do discurso de ódio, governos e organizações têm procurado combater com esses discursos. Recentemente, o Ministério Público do Reino ²¹ determinou que crimes de ódio que acontecerem no ambiente virtual serão julgados com os mesmos critérios e rigor dos crimes do “mundo real”, o que inclui racismo, sexismo, xenofobia e homofobia. Essa medida não visa somente punir os usuários, mas também coibir o crescimento desse tipo de crime *online*.

A ONU também tomou medidas contra o discurso do ódio na Internet²². Em janeiro de 2019, o secretário-geral das Nações Unidas, António Guterres, encomendou um “Plano de ação global contra o discurso de incitamento ao ódio em ritmo acelerado”. Em junho do mesmo ano, foi apresentado uma Estratégia e Plano de Ação das Nações Unidas contra o Discurso de Ódio. Segundo o plano, “o ódio está a inserir no contexto da maioria, tanto nas democracias liberais, quanto nos sistemas autoritários. A cada rutura da norma, os pilares da nossa humanidade são apequenados.” A ONU atribui a si mesmo um papel crucial: “por uma questão de princípios, as Nações Unidas devem confrontar o discurso de ódio a todo e qualquer momento. O silêncio pode

²¹ Fonte: <https://canaltech.com.br/comportamento/uma-analise-sobre-a-propagacao-do-odio-pela-internet-e-suas-consequencias-100018/>

²² Fonte: <https://pt.gatestoneinstitute.org/14608/onu-liberdade-expressao>

sinalizar indiferença ao fanatismo e à intolerância.”. A ONU esclarece que abordar o discurso de ódio não significa limitar ou proibir a liberdade de expressão, mas sim significa impedir que o discurso de ódio se transforme em algo mais perigoso.

Quanto ao Facebook, no seu *site* de ajuda, deixa claro que são passíveis de punição discursos que contenham uma ofensa direta e explícita. Sendo assim, dificulta a punição de discursos feitos nas entrelinhas. Segundo o Facebook (2019), a própria comunidade pode fazer denúncias a empresa, caso veja algum conteúdo ofensivo.

3.2. Interação, relação e laços sociais

Segundo Recuero (2005) e Koehler et al (2015), uma rede social é composta por atores e suas conexões. Na perspectiva de Koehler et al (2015), um ator pode representar tanto pessoas, como objetos e instituições, e são eles que moldam as estruturas sociais a partir de:

1. Conexões estabelecidas com outros atores;
2. Presença das interações sociais;
3. Constituição de laços sociais.

Em uma rede social na Internet, um ator pode ser considerado como um perfil nos *websites* Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, entre outros. Deste modo, um ator social é “uma construção de uma identidade na rede” (Koehler, et al 2015, p. 715). Como constata Koehler et al (2015), uma conexão é uma comunicação que envolve um ou mais atores, e essa comunicação pode ser recíproca ou não. Ainda segundo o mesmo, uma conexão pode ser de 3 tipos:

- Relação social,
- Interação social,
- Laço social.

As conexões em uma rede social são, inicialmente, constituídas a partir de uma relação social. As relações sociais são responsáveis pela formação da base da estrutura social, e essas relações podem ser familiares, de amizade, de trabalho entre outros. Neste sentido, segundo Koehler et al (2015), as relações sociais são objeto base da estrutura social.

Conforme nos explica Recuero (2005), a interação possui um carácter social e representa sempre um processo comunicacional, ou seja as pessoas podem trocar uma série de mensagens, e isso

reflete na definição da natureza das relações das pessoas que estão envolvidas no sistema de interação. Como constata ainda, no ciberespaço a interação se dá de maneira particular. Seria então uma interação mediada pelo computador. Como nos explica Primo (2003), existem duas formas de interação mediada pelo computador, a interação mútua e a interação reativa. Interação mútua é caracterizada por relações independentes e processos de negociação, enquanto a interação reativa se refere às relações de estímulo e resposta.

Por sua vez, os laços sociais formados através da comunicação mediada pelo computador derivam da interação. Esses laços são também designados de laço relacional e diferenciam dos laços associativos. Os laços associativos são meras conexões formais, independentes do ato de vontade do indivíduo, de custo e investimento, porém podem emergir a partir da existência dos laços sociais. De acordo com Granovetter (1973), esses laços podem ser fortes ou fracos. Os fortes são aqueles em que há reciprocidade, criação de confiança e intimidade, já os fracos são aqueles em que esses elementos são menos profundos. Koehler et al (2015) defende que só é possível iniciar uma interação social a partir de uma relação social, e, portanto, o estabelecimento de laços sociais dependerá da presença dessa interação. Os laços sociais tornam efetivas as conexões entre os atores sociais.

3.3. Os grupos do Facebook

Como nos retrata Zimerman e Osório (1997), o indivíduo, desde o nascimento, sempre teve a necessidade de se agrupar, tanto em busca da sua identidade individual, como identidade grupal e social. A família é considerada como o primeiro grupo formado pelo indivíduo, constituído por pais, irmãos, avós, etc. Depois segue-se as escolas, e, conforme o tempo, vai estabelecendo diferentes grupos.

Segundo Zimerman e Osório (1997), um grupo seria constituído então por um conjunto de pessoas, e um conjunto de grupos constituiria uma comunidade. Entretanto, só se configura uma sociedade por meio de um conjunto interativo de comunidades. Zimerman e Osório (1997; p. 9) esclarecem que “um grupo não é um mero somatório de indivíduos...” e sim uma “... nova entidade, com leis e mecanismos próprios e específicos.”. Lembra também que os integrantes do grupo estão reunidos em torno de um objetivo em comum.

Uma das ferramentas que encontramos no Facebook são os grupos, que são criados por um administrador²³. Nas palavras de Correia e Moreira (2014), um grupo “ (...) permite que certo número de pessoas possa juntar-se *online*, em simultâneo para partilhar informações e discutir temas específicos”. Segundo Mendonça e Cal (2012), os grupos do Facebook permitem que os seus membros possam debater sobre temas específicos de interesse comum, dividem a experiência em um espaço comum (ambiente digital), disseminem informação e conduzam discussão a respeito de tópicos importantes para a comunidade.

Entretanto, como constata Correia e Moreira (2014), um grupo não inclui somente os seus membros, inclui também fotos, vídeos, comentários, bem como conteúdos de notícias recentes. Esses grupos do Facebook podem ser abertos (qualquer pessoa pode ver o que é postado no grupo) ou fechados (só os integrantes do grupo podem ver o que é postado). Os interesses em comum dos participantes podem ser sobre política, desporto, culinária, séries, entre outros. Correia e Moreira (2014) afirmam que os grupos são similares às páginas do Facebook, entretanto, têm características distintas no que respeita aos utilizadores, ou seja os utilizadores não podem pertencer a mais de 300 grupos distintos. Já com as páginas do Facebook, não há um limite. Os grupos do Facebook não tem limites para a quantidade de membros.

Os grupos do Facebook funcionam da seguinte forma:

- Todas as pessoas podem ver o grupo e quem são seus administradores e seus membros;
- Só os membros podem ver as publicações feitas no grupo, caso for um grupo fechado;
- Publicações compartilhadas das *fan pages* para o grupo, serão vistas por todos os membros, uma vez que as publicações das *fãs pages* são públicas e qualquer pessoa pode ver.
- Nos grupos só é possível adicionar os nossos amigos do Facebook, e outras pessoas só mediante pedido.

²³Administrador de um grupo, segundo o Facebook tem as seguintes funções: gerenciar as configurações do grupo (por exemplo, alterar o nome do grupo, a foto de capa do grupo, ou as configurações de privacidade), aprovar ou negar solicitações de entrada, aprovar ou recusar publicações no grupo, remover publicações e comentários em publicações, remover ou bloquear pessoas do grupo, entre outras.

CAPÍTULO II- O CASO DO GRUPO “PARLAMENTO ONLINE”

4. METODOLOGIA

O tipo de pesquisa do trabalho é exploratório, cujo objetivo é explorar um problema e assim fornecer informações. Nesse tipo de pesquisa procura-se aproximar e familiarizar-se com um assunto pouco conhecido (Selltiz et al, 1965 cit. In Oliveira, 2011) e a partir daí será possível construir algumas hipóteses. Existem poucas referências bibliográficas.

Utilizaremos a análise documental ao longo da revisão bibliográfica. Carmo (1998) identifica a análise documental “como uma passagem de testemunho, dos que investigaram antes no nosso terreno, para as nossas mãos”, ou seja é estudar o que se tem produzido na mesma área. Na análise de documentos é utilizado livros, revistas, jornais, *sites*, relatórios, entre outros. E por fim a observação, umas das mais antigas técnica utilizadas pelas ciências. É uma técnica de coleta de dados que consiste na observação e registo sobre o fato estudado. Mais especificamente, é utilizado a observação não-participante, que segundo Carmo (1998), o observador não interage com o objeto de estudo no momento em que é feito a observação.

A presente pesquisa encontra no ciberespaço seu lugar de investigação. Optou-se por escolher um grupo do Facebook, o “Parlamento Online”. O grupo do Parlamento Online foi escolhido por ser um grupo ativo e com grande quantidade de membros (tendo em conta a realidade de Cabo Verde).

Será feito um monitoramento desse grupo durante 8 dias (de 15 a 21 de junho) para perceber a sua atividade e possibilidade de participação política nesse espaço. Foram escolhidos esses dias, por se ter registado muita atividade no grupo, correspondendo a algumas “polêmicas” na sociedade cabo-verdiana. A escolha do período de uma semana se deve ao fato de haver muitas publicações por dia (uma média de 41 publicações). O estudo tem como objetivo perceber toda a atividade (publicações, interações, temas das publicações, entre outros) do grupo durante os dias de monitorização, e como essa atividade possibilita a participação política.

Para melhor compreensão dos acontecimentos, recorreremos a princípios habitualmente usados pela técnica de Análise de Conteúdo. Depois de uma análise preliminar, apenas as publicações sobre Política é que terão uma análise mais aprofundada.

Berelson (1952, 1968 cit. In Carmo, 1998) define a Análise de Conteúdo como “uma técnica de investigação que permite fazer uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, tendo por objetivo a sua interpretação”.

Portanto, segundo Carmo (1998):

- Descrição objetiva, na medida que a análise deve ser efetuada de acordo com determinadas regras e instruções (que devem ser claras e precisas), para que investigadores diferentes, trabalhando sobre o mesmo conteúdo, possam obter os mesmos resultados.
- Sistemática, pois a totalidade do conteúdo deve ser ordenado e integrado em categorias, que são previamente escolhidas em função dos objetivos do investigador.
- Quantitativa, uma vez que será calculada a frequência das categorias.

Já Bardin (1997) classifica a Análise de Conteúdo como um conjunto de instrumentos metodológicos que se aplica a análise de discursos diversos. Segundo o autor, a análise de conteúdo extrai e explora o “não dito” de qualquer mensagem. O campo de aplicação dessa análise é, portanto, as comunicações.

Como utilizaremos o método de análise de conteúdo, o tipo de abordagem feita nesse estudo será a abordagem qualitativa (muito usada nas ciências sociais que é voltada para aspetos subjetivos, e é baseada essencialmente em pontos de vistas particulares para o entendimento do problema a ser debatido) com complementaridade da abordagem quantitativa (abordagem que recorre à estatísticas para a explicação de dados), ou seja, utilizaremos uma abordagem mista. Como explica Bardin (1997), a análise de conteúdo oscila entre dois polos: a objetividade e a subjetividade. Segundo Santos Filho (1995), estudiosos como Gage e Shulman defendem que as abordagens de pesquisas são legítimas e não estão necessariamente em conflito. Portanto, defendem a complementaridade das abordagens, considerando que os objetivos não podem ser alcançados por uma única abordagem.

Conforme Bardin (1997) a análise de conteúdo organiza-se em 3 polos cronológicos:

- a) a pré-análise;
- b) a exploração do material;
- c) o tratamento dos resultados, inferência e a interpretação.

De acordo com essa cronologia, seguimos os seguintes passos:

a) Pré-análise

- Pré-análise do Grupo do FB “Parlamento *Online*”, para verificar se seria possível trabalhar com este objeto de estudo;
- Definição dos objetivos;
- Escolha dos dias em que o grupo seria monitorizado (8 dias, do dia 15 de junho de 2019 à 22 de junho de 2019).

b) Exploração do material

- Recolha e organização dos dados;
- Escolha das categorias e subcategorias de análise e as suas respectivas definições.
- Lançamento dos dados no Programa Excel.

c) Tratamento dos resultados, inferência e interpretação

- Realização de operações estatísticas;
- Construção de tabelas e gráficos referentes aos dados recolhidos;
- Apreciação global dos dados.

4.1. Categorias de análise

Para uma melhor exploração e análise do material, criamos categorias e subcategorias de análise. Segundo Bardin (2011, p.148- 149), “a categorização tem como objetivo fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos”. Essas categorias e subcategorias serão explicadas nas seguintes tabelas:

a) Tipo de *post*

Quadro 2.1.: Categoria Tipo de *post*

Categorias	Descrição
<i>Post</i>	Pode ser uma mensagem, um texto, uma imagem, um vídeo ou qualquer conteúdo publicado num outro site, partilhado através de link.

b) Categoria Autor

Quadro 1.2.: Categoria Autor

Categorias	Descrição
Autor	Identidade de quem publicou o <i>post</i> .

c) Categoria Data

Quadro 2.3.: Categoria “Data”

Categorias	Descrição
Data	Refere-se ao dia, mês e ano em que o <i>post</i> foi publicado.

d) Autoria do *post*

Quadro 2.4.: Categoria “Tipo de autoria autoria do *post*”

Categoria	Subcategoria	Descrição
Autoria do <i>post</i>	Próprio	Quando a publicação é de autoria do próprio.
	Terceiro	Quando a publicação não é do próprio e foi apenas partilhada por este.
	Misto	A publicação original não do autor da publicação, mas este acrescenta conteúdo próprio (por exemplo: um texto), no momento da partilha.

e) Área temática do *post*

Quadro 2.5.: Categoria “Área temática do *Post*”

Categoria	Subcategoria	Descrição
Área temática	Política	Publicação relativa à actividade política, seja partidária, governativa ou outra.
	Desporto	Publicação relativa a desporto, seja competitivo ou outro, em qualquer modalidade.
	Publicidade	Publicação destinada a vender um produto ou serviço.

	Tecnologia	Publicação relativa a produto ou serviço de base tecnológica.
	Música	Publicação com ou sobre música.
	Religião	Publicação relativa a elementos religiosos, fé individual, prática colectiva, igrejas, etc.
	Arte e cultura	Publicação relativa à produção artística e eventos culturais de qualquer tipo.
	Meio Ambiente	Publicação relativa ao meio ambiente, protecção ambiental e ecossistemas.
	Outro	Publicação que não se enquadra em nenhuma das categorias estabelecidas anteriormente.

Quadro 2.6.: Assuntos tratados na subcategoria “Política”

Subcategoria	Assunto	Descrição
Política	Política de Migração	Refere-se aos fluxos de deslocamento de indivíduos dentro de um espaço geográfico e que pode ser de forma temporária.
	Política de Saúde pública	Refere-se ao conjunto de medidas executadas pelo Estado para garantir o bem-estar físico, mental e social da população
	Política de segurança pública	Refere-se à proteção da população e a preservação dos interesses nacionais contra todo tipo de ameaça (seja interna ou externa).
	Política de Meios de transporte	Refere-se à política que estabelece ligações aéreas e marítimas entre as ilhas de Cabo Verde e entre Cabo Verde e o restante mundo.
	Política de Justiça	Refere-se aos atos que estão em conformidade com os princípios morais do Direito.

	Política de Emprego	Visa assegurar o direito ao trabalho, promover o emprego e a qualidade do trabalho, reduzindo assim o desemprego e subemprego.
	Política de Regionalização	Refere-se à divisão de um determinado espaço em regiões, cujas regiões tem características semelhantes. Além dos aspetos geográficos, há outros fatores tidos em conta para esse processo de regionalização, tais como cultura, economia, política, história, entre outros.
	Política de Economia	Refere-se a um conjunto de ações governamentais que são planejadas com o intuito de atingir determinadas finalidades relacionadas com a situação económica.
	Política e Cidadania	Refere-se à prática dos direitos e deveres de um indivíduo que faz parte de um Estado.
	Política Internacional	Refere-se a assuntos de Estados estrangeiros.
	Política de diplomacia	Refere-se à relação diplomática entre dois ou mais Estados.
	Política de construção de infraestruturas	Refere-se a um conjunto de obras que serve como base para o funcionamento das cidades.
	Política de saneamento básico	Refere-se aos serviços de abastecimento de água potável, esgoto sanitário e manuseamento de resíduos sólidos e drenagem de águas pluviais.
	Política de governação	Refere-se a todas ações executivas tomadas pelo Governo de um país.
	Política e religião	Questões de política com cunho religioso.
	Política de habitação social	Refere-se à habitação destinada à população cujo nível de renda dificulta ou impede o acesso à moradia.

	Política de educação	Refere-se à medidas planejadas e implementadas pelo Governo na educação.
	Eleições presidenciais	Referem-se às eleições nas quais são eleitos o Presidente de um país.
	Política de iluminação pública	Refere-se a sistema de iluminação noturna das localidades.

f) Personalidades/ Entidades visadas

Quadro 2.2.: Categoria Personalidades/ Entidades visadas

Categoria	Descrição
Personalidades/Entidades visadas	Quem é que referido no <i>post</i> .

g) Interações

Quadro 2.3.: Categoria “Interações”

Categoria	Subcategoria		Descrição
Interações	Reações	Like	Expressa que a pessoa gostou da publicação.
		Adoro	Expressa forte aprovação relacionada a um <i>post</i> .
		Riso	Expressa graça ou até ironia em relação a um <i>post</i> .
		Surpresa	Essa reação pode ser usada para reagir a situações surpreendentes, sejam elas boas ou más.
		Raiva	Expressa raiva, desaprovação ou indignação do conteúdo da publicação.
		Triste	Expressa o sentimento de tristeza em relação à publicação.
	Número de comentários		Representa a quantidade de comentários (textos, imagem ou link que respondem o <i>post</i>) que tiveram cada <i>post</i> .
	Número de partilhas		Representa a quantidade de partilhas de publicações por outras pessoas.

5. “PARLAMENTO ONLINE” e participação política

5.1 O grupo do Facebook “Parlamento Online”

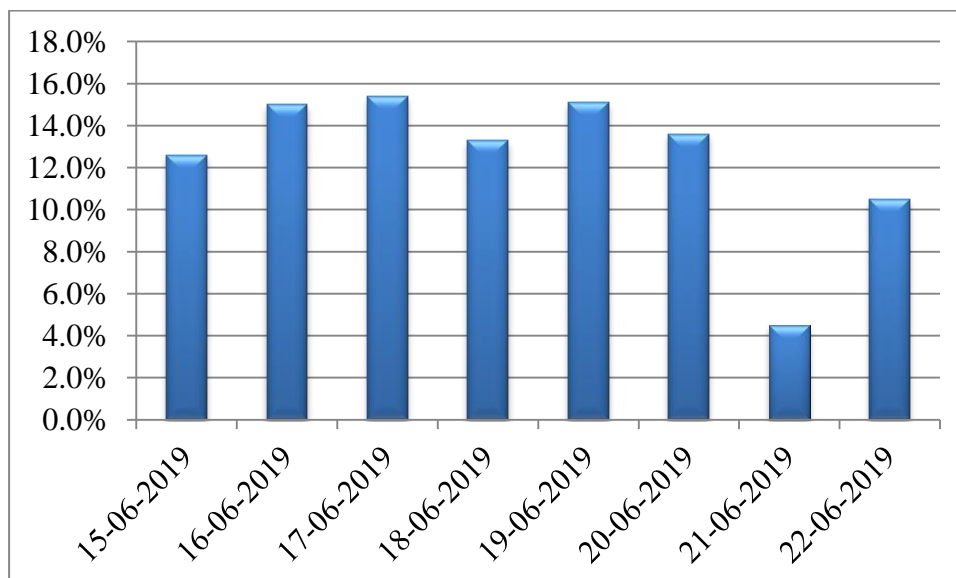
O grupo foi criado a 9 de janeiro de 2014. Segundo as informações do próprio grupo, “Parlamento *Online* é um grupo de cidadãos nacionais, que discutem questões ligadas à vida política, económica, social, cultural, religiosa e desportiva do povo cabo-verdiano e também do mundo”²⁴, Cujo objetivo é “ influenciar, de forma positiva, as instituições democráticas do país na tomada de medidas mais sintonizadas com a vontade popular, deixando o governo nacional e autárquico algumas ideias válidas sobre as demandas do povo”. Nos dias em que o grupo foi monitorizado, havia um total de 18.652 membros. O monitoramento foi feito entre os dias 15 a 22 de junho de 2019 (8 dias).

5.2 Análise dos dados

5.2.1 Posts por dia

O objetivo deste ponto é perceber quantas publicações ocorreram em cada dia de monitorização do grupo. Também procuramos perceber quais foram os dias com maior atividade e os dias com menor atividade e porquê.

Gráfico 2.1.: Número de *posts* por dia



De acordo com o gráfico, podemos observar que, do total de 332 *posts*, que foram publicados, 42, com o peso de 12,7%, foram publicados no dia 15-06-2019; 50, com o peso de 15,1%, foram

²⁴ Fonte: <https://www.facebook.com/groups/napoleaoandrade/>

publicados no dia 16-06-2019; 51, com o peso de 15,4%, foram publicados no dia 17-06-2019; 44, com o peso de 13,3%, foram publicados no dia 18-06-2019; 50, com o peso de 15,1%, foram publicados no dia 19-06-2019; 45, com o peso de 13,6%, foram publicados no dia 20-06-2019; 15, com o peso de 4,5%, foram publicados no dia 21-06-2019, e 35, com o peso de 10,5%, foram publicados no dia 22-06-2019.

Com esses resultados, podemos verificar que os dias que tiveram mais *posts* publicados foram os seguintes: 16, 17 e 19 de junho de 2019. Nesses dias, os temas mais publicados sobre política foram “Meios de transporte e saúde pública”. Os *posts* com conteúdo de “política de meios de transporte” referiam-se à situação actual na qual se encontra a ilha de São Nicolau. Há grande dificuldade para viajar para a ilha, pois tem havido déficit nas ligações aéreas e marítimas. Os *posts* sobre “saúde pública” referiam-se à notícia de que a Câmara Municipal da Praia estaria a electrocutar os cães vadios, o que gerou uma onda de indignação. O dia que teve menos publicações foi o dia 21 de junho de 2019. Há uma média de 41,4 publicações por dia.

5.2.2 Posts por autor

Neste ponto procuramos saber quantos autores fizeram algum tipo de publicação e com que frequência. Procuramos perceber também quais foram os autores mais ativos a nível de publicações. A identidade dos autores é salvaguardada.

Autor	Frequência	%		Autor	Frequência	%
A	101	30,5		L1	1	0,3
B	13	3,9		M1	5	1,5
C	1	0,3		N1	4	1,2
D	30	9,1		O1	1	0,3
E	7	2,1		P1	1	0,3
F	6	1,8		Q1	1	0,3
G	16	4,8		R1	3	0,9
H	2	0,6		S1	1	0,3
I	11	3,3		T1	2	0,6
J	4	1,2		U1	1	0,3
K	5	1,5		V1	6	1,8
L	1	0,3		W1	2	0,6
M	2	0,6		Y1	2	0,6
N	1	0,3		Z1	2	0,6
O	2	0,6		A2	1	0,3
P	1	0,3		B2	1	0,3
Q	3	0,9		C3	1	0,3
R	23	6,9		D2	1	0,3
S	5	1,5		E2	1	0,3
T	1	0,3		F2	1	0,3
U	11	3,3		G2	1	0,3
V	1	0,3		H2	1	0,3
W	1	0,3		I2	1	0,3
X	4	1,2		G2	2	0,6
Y	2	0,6		L2	1	0,3
Z	3	0,9		M2	1	0,3
A1	1	0,3		N2	1	0,3
B1	1	0,3		O2	1	0,3
C1	2	0,6		P2	1	0,3
D1	2	0,6		Q2	1	0,3
E1	3	0,9		R2	1	0,3
F1	1	0,3		S2	1	0,3
G1	1	0,3		T2	1	0,3
H1	3	0,9		U2	3	0,9
I1	1	0,3		W2	1	0,3
J1	1	0,3		X2	1	0,3
K1	1	0,3		Total	331	100

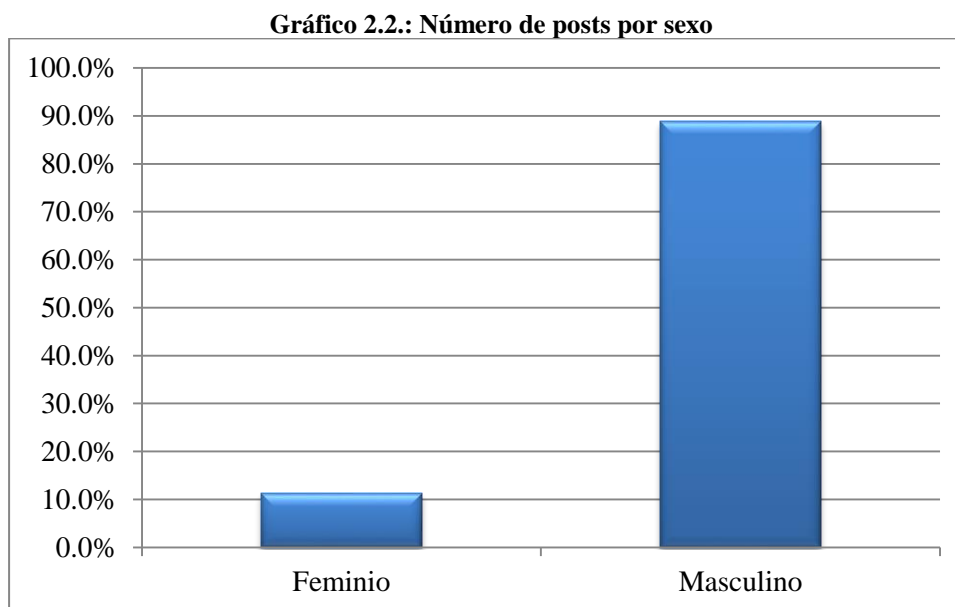
Quadro 2.8.: Frequência de post por autor

Do total de 332 *posts*, dos 73 autores que publicaram, aquele que mais se destacou foi o autor A, com 101 posts, que representam 30,5%; 13, que representam 3,9%, foram publicados pelo autor B; 30 que representa 9,1% foram publicados pelo autor D; 16, que representa 4,8%, foram publicados pelo autor G; 11, que representa 3,3%, foram publicados pelo autor I; 23 que representa 6,9%, foram publicados pelo autor R; e 11 que representa 3,3%, foram publicadas pelo autor U. Os restantes autores publicaram entre 1 a 7 publicações.

Apesar do carácter ativo do grupo, podemos verificar que são quase sempre as mesmas pessoas a publicarem. Durante os 8 dias de monitorização do grupo, 73 autores fizeram algum tipo de publicação, sendo que o grupo possui 18.652 membros, o que reforça a ideia de que são sempre os mesmos a publicarem. Dos autores que publicaram, fizeram pelo menos uma publicação. Os autores que fizeram mais publicações foram: Autor A com 101 post, Autor D com 30 post e Autor R com 23 post.

5.2.3 *Posts por sexo*

O objetivo desse ponto é perceber qual dos géneros tem maior atividade no grupo. Para esse fim, calcularemos a percentagem do número de publicações feitas por cada sexo.

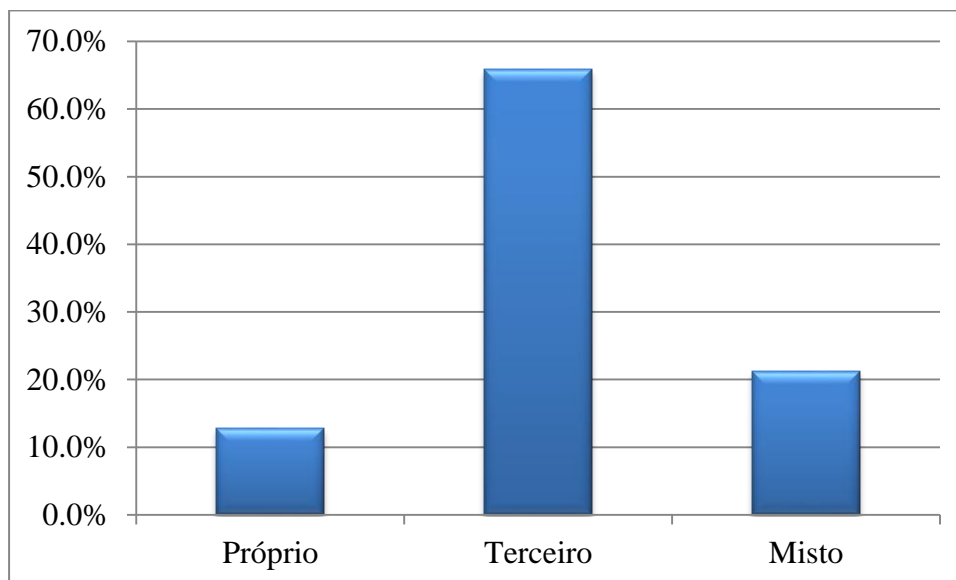


Segundo o gráfico da amostra, de 332 *posts* publicados, 37, que correspondem a 11,2%, foram feitos pelo sexo feminino e 294, que correspondem a 88,8%, foram feitos pelo sexo masculino. Com esses dados, observamos que a maioria dos autores das publicações são do sexo masculino, com uma esmagadora taxa de 88,8%, que representam 294 publicações. Os outros 11,2% (que correspondem a 37 mulheres) são do sexo feminino.

5.2.4 Post por tipo de autoria

Neste ponto, procuramos perceber se os autores das publicações produzem conteúdo ou simplesmente partilham conteúdos produzidos por outros autores.

Gráfico 2.3.: Número de post por tipo de autoria

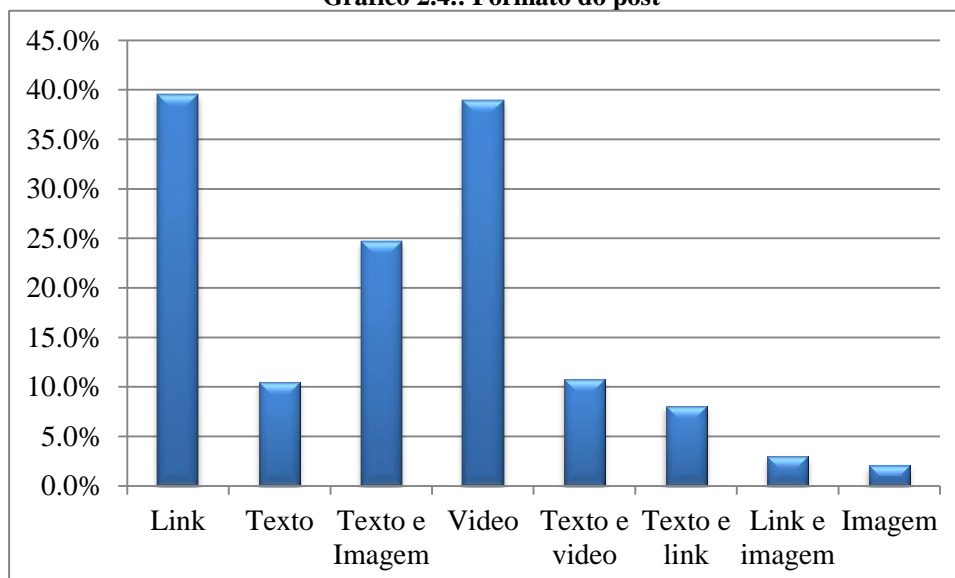


Do total dos 332 *posts* publicados, 41, que representam 12,8%, foram de “autoria própria”; 211, que representam 65,9%, foram de “autoria de terceiros”, e 68, que representam 20,5%, foram de “autoria mista”. Com esses resultados verificamos que a autoria dos autores mais frequente é a “autoria terceira”. Verificamos também que a quantidade de publicações com “autoria própria” são baixas, o que leva-nos a refletir sobre a capacidade de produzir conteúdos.

5.2.5 Formato do post

Neste ponto, procuramos perceber que tipo de formato das publicações são usadas, e quais os formatos mais utilizados. A partir dos resultados, procuramos perceber se os membros do grupo produzem conteúdo.

Gráfico 2.4.: Formato do post



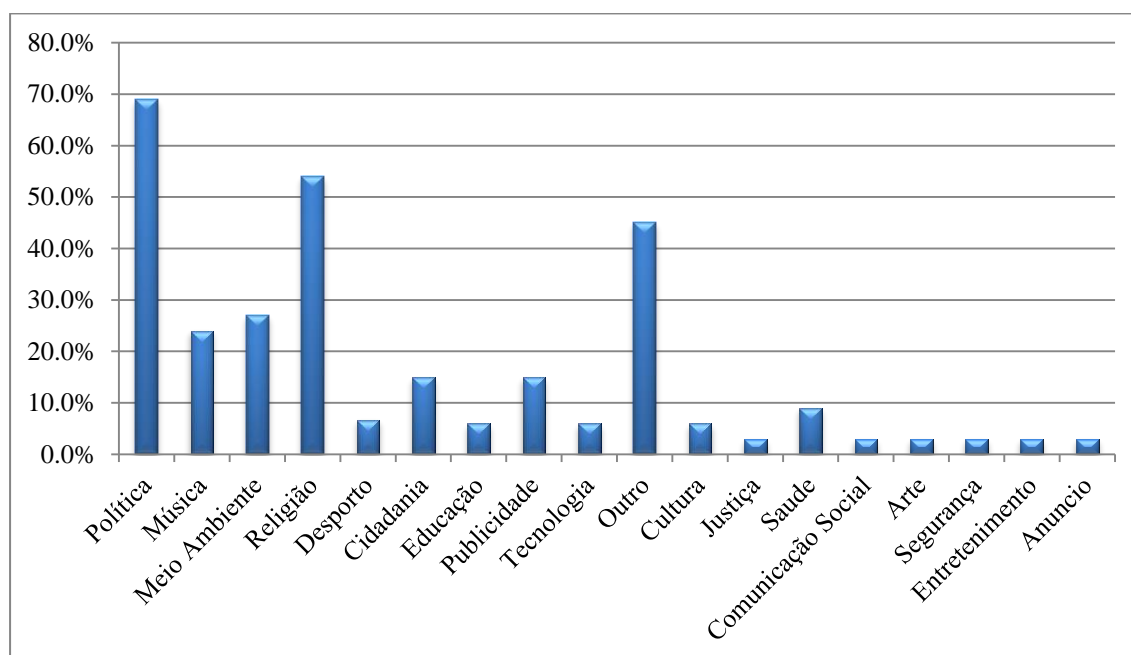
Do total de 332 *posts*, 131, com o peso de 39,5%, têm o “formato de link”; 35, com o peso de 10,55, têm o “formato de texto”; 82, com o peso de 24,7%, têm o “formato de texto e imagem”; 13, com o peso de 3,9%, têm o “formato de vídeo”; 36, com o peso de 10,8%, têm o “formato de texto e vídeo”; 27, com o peso de 8,2%, têm o “formato de texto e link”; 1, com o peso de 0,3%, têm o “formato de link e imagem”, e 7, com o peso de 2,1%, têm o “formato de imagem”.

Neste grupo, podemos verificar que alguns formatos possuem melhor aceitação que outros. O “link” é o formato mais utilizado, em seguida são os “vídeos”. Esses dados mostra-nos que os autores das publicações utilizam as publicações de “terceiros” com recurso do uso do “link” e de “vídeos”. Os formatos menos frequentes são “imagens”, “links” e “imagem e o texto”.

5.2.6 Área temática do *post*

Neste ponto procuramos perceber quais são as áreas temáticas das publicações feitas e quais tem sido mais referidas. O objetivo é verificar se há de fato publicações de cunho político.

Gráfico 2.5.: Área temática do post



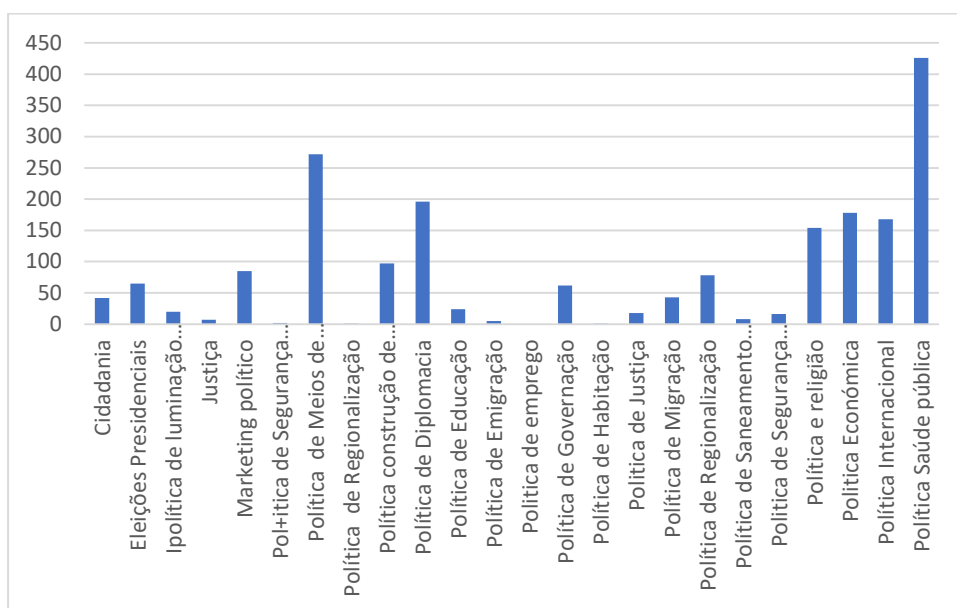
Do universo de 332 *posts*, 220, que correspondem a 70,2%, estão relacionados com “política”; 8, que correspondem a 2,5%; 9, com o peso de 2,8%, estão relacionados com “meio ambiente”; 18, que correspondem a 5,5%, estão relacionados com “religião”; 22, que correspondem a 6,7%, estão relacionados com “desporto”; 5, que correspondem a 1,5%, estão relacionados com “cidadania”; 2, que correspondem a 0,6%, estão relacionados com “educação”, 5, que correspondem a 1,5% estão relacionados com “publicidade”; 2, que correspondem a 0,6%, estão relacionados com “tecnologia”; 2, que correspondem a 0,6%, estão relacionados com “cultura”; 1 que corresponde a 0,3% está relacionado com “justiça”; 3, que correspondem a 0,9% estão relacionados com “saúde”; 1, que corresponde 0,3% está relacionado com “comunicação social”; 1, que corresponde a 0,3%, está relacionado com “arte”; 1, que corresponde 0,3%, está relacionado com “segurança”, 1, que corresponde a 0,3% está relacionado com “entretenimento”, e 1, que corresponde a 0,3%, está relacionado com “anúncio”.

As publicações feitas são maioritariamente sobre “política” (70% das publicações são sobre “Política”, que representam 220 *posts*) em seguida, “ música” (39 *posts*) e “desporto” (22 publicações). Há uma variedade de temas de *posts*, o que vai de acordo com o objectivo do grupo. Outro dado interessante, é que a “religião” é um dos temas com mais publicações (18 publicações), e isso faz sentido uma vez que o próprio grupo definiu a religião como um dos temas a serem abordados. Portanto, podemos concluir que de fato há publicações de cunho político no grupo e que os membros estão interessados nos assuntos da vida pública do Estado.

5.2.7 Tema do post

Neste ponto procuramos perceber quais são os temas de política referidos nas publicações, e quais são as que mais se destacam. É importante desdobrar a categoria política, para melhor percebemos quais as áreas da política que são mais referidas e porquê.

Gráfico 2.6.: Tema do post



As publicações sobre “política” feitas no grupo, ocorrem dentro de um contexto social com algumas polémicas, onde a agenda da mídia tradicional repercutia determinados assuntos. Os temas mais referidos nos temas foram a “política de saúde pública”, em seguida a “política de meios de transporte”, devido ao contexto social de Cabo Verde. Os *posts* com conteúdo de “política de meios de transporte” referiam-se à situação atual na qual se encontra a ilha de São Nicolau, em que há grande dificuldade para viajar para a ilha, pois tem havido déficit nas ligações aéreas e marítimas. Os *posts* sobre a “saúde pública” referiam-se à notícia de que a Câmara Municipal da Praia estaria a electrocutar os cães vadios.

Figura 2.1.: Publicação sobre a manifestação devido aos meios de transporte



Fonte: Facebook do grupo Parlamento Online

Figura 2.2.: Publicação sobre a saúde pública

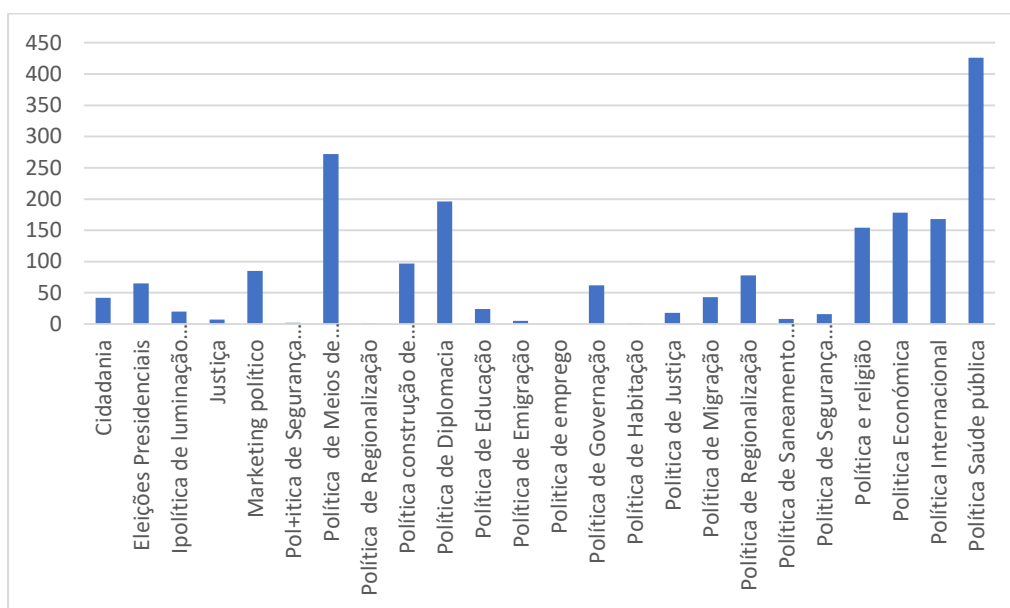


Fonte: Facebook do grupo Parlamento Online

5.2.7.1 Número de reações de cada tema do *post*

Nas publicações sobre “política”, procuramos perceber quais os tema do *post* que suscitaram mais reações e menos reações por parte dos membros do grupo e qual razão.

Gráfico 2.7.: Reações por tema do *post*



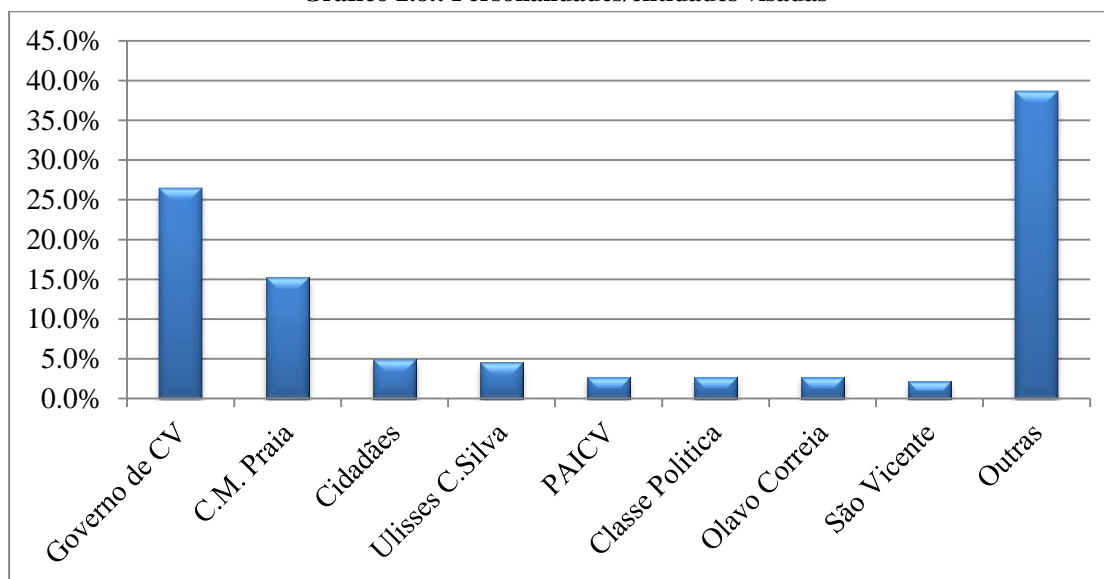
Fonte: Elaboração própria a partir da análise de dados

O tema do *post* onde houve mais reações foi “Política de saúde pública”, e em seguida “Política dos meios de transportes”. Esses temas foram os temas mais polémicos (temas do contexto social e político de Cabo Verde) nos dias de monitorização, o que fez com que os membros do grupo tivessem mais interesse. Segundo Queiroz (2016), as publicações com forte impacto social são as que geram mais debates e posicionamentos, que como são construídos e reconstruídos durante as interações, produzem, possivelmente, uma quantidade maior de contatos.

5.2.8 Personalidades/ entidades visadas

Neste ponto procuramos perceber quais as pessoas ou entidades que são visadas nas publicações e quais os motivos dessa referência. Procuramos também verificar quais as personalidades ou entidades mais visadas nas publicações sobre política, nos dias de monitorização do grupo.

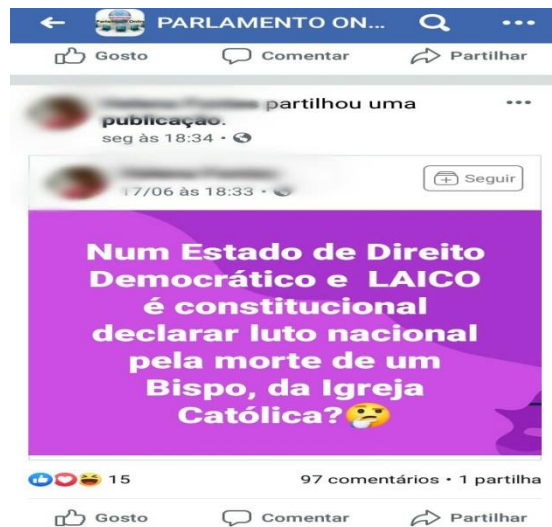
Gráfico 2.8.: Personalidades/entidades visadas



Do total de 220 *posts* sobre “política”, 59 com um peso de 26.5%, visavam o governo de Cabo Verde; 34, com um peso de 15.2%, a Câmara Municipal da Praia; 11, com o peso de 4.9%, os cidadãos; 10, que equivale a 4.5%, o Primeiro Ministro; 6, com o percentual de 2.7%, correspondem ao PAICV, Classe política e Olavo Correia; 5, que equivalente a 2.2%, a São Vicente e os restantes 38.6%, que correspondem a Outros, composto por um leque de “personalidades/entidades” com um percentual que não ultrapassa os 2% cada.

Quanto às “Entidades/ Personalidades” visadas, encontramos o Governo de Cabo Verde no topo da lista, cujo 26,5% (que representam 59 publicações) dos *posts* visam o mesmo. Em segundo lugar, encontra-se a Câmara Municipal da Praia. Os principais motivos da referência do Governo foram: o problema dos meios de transporte marítimo e aéreo de São Nicolau, os aviões comprados pela Cabo Verde Airlines, o projecto de Regionalização e o fato de terem concedido luto nacional pela morte do Bispo Dom Paulino. Esses dados mostram que tem tido muita atenção as ações do Governo. Quanto a C.M.P, o grande motivo foi electrocução de vários cães vadios.

Figura 2.3.: Publicação sobre a declaração de luto da morte do Bispo



Fonte: Facebook do grupo Parlamento Online

Figura 2.4.: Publicação sobre a polémica dos meios de transporte aéreos

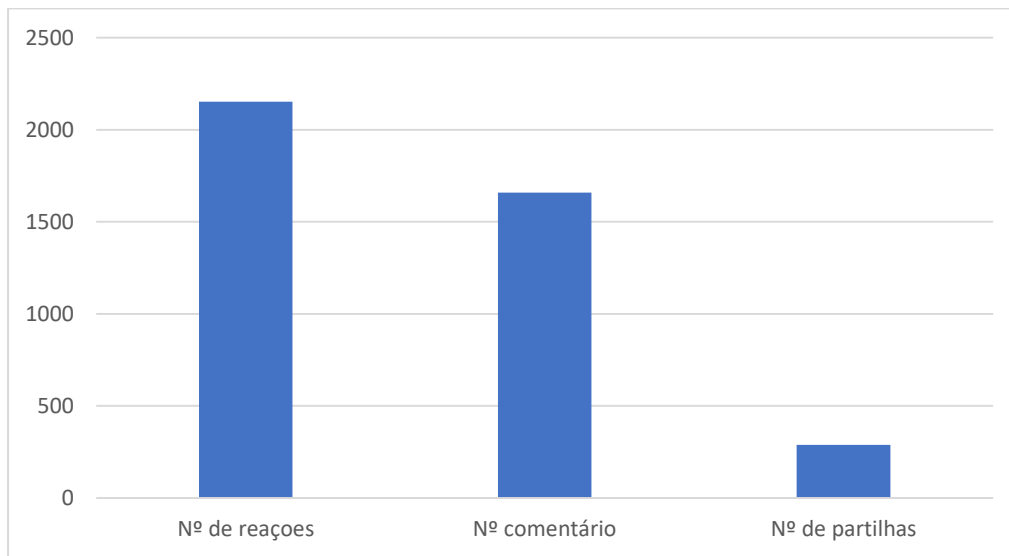


Fonte: Facebook do grupo Parlamento Online

5.2.9 Interações

Neste ponto, procuramos perceber um pouco como acontece a “interação” entre os membros do grupo, que tipo de “interações” são realizadas e qual delas tem maior destaque. Procuramos também perceber se as interações realizadas nas publicações sobre “política”, são “reações mútuas” ou “reativas”.

Gráfico 2.9.: Interações



Fonte: Elaboração própria apartir dos dados analisados

Dos 220 *post* sobre “política”, houve 2152 “reações”, 1658 “comentários”, e 288 “partilhas”.

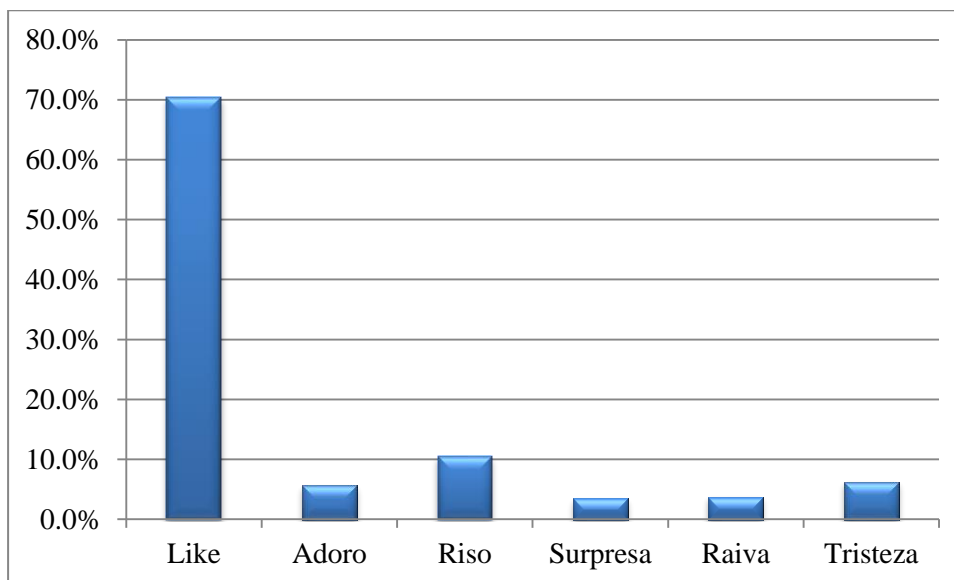
Procuramos perceber que tipo de “interação” acontece no grupo. Segundo Primo (2011), as “interações reativas” decorrem de ações pré-programadas e demandam apenas a anuência do interagente. Deste modo, há duas opções de “reações reativa” aos participantes: reagir e partilhar. O tipo de interação mútua citada por Primo (2011), requer um nível de interpretação e participação do interagente, o que gera consequências. Deste modo, a complexidade da “interação mútua”, em relação à “reativa”, iniba alguns participantes, em alguns caso, de manifestar as suas opiniões sobre o conteúdo da publicação.

Podemos verificar então que a “interação” mais realizada são as “reações”, e a menos realizadas são as “partilhas”. Podemos verificar também que as “reações” no grupo durante a monitorização, são “reativas” como “mútuas”, com destaque para as “interações reativas”. Como nos explica Queiroz (2016), assim como em ambiente offline, o *status* dos indivíduos pode incentivar ou limitar manifestações que possam gerar alguma reação mais forte contra aquele que as protagonizou, assim podemos imaginar que o *status* dos membros, neste grupo virtual, influencie seu comportamento durante as interações. O grupo apresenta uma média de 18,6 “interações” por publicação (publicações apenas da área temática “Política”).

5.2.10 Número de reações

Neste ponto, procuramos perceber quais são os tipos de “reações”, e quais são as mais e as menos utilizadas.

Gráfico 2.10.: Número de reações



Do universo de 220 publicações sobre “política”, obteve-se 2140 “reações” aos “posts”, das quais 1507, que representam 70,4%, reagiram com “like”; 123, que representam 5,7%, reagiram com “adoro”; 225, que representam 10,5%, reagiram com “riso”; 73, que representam 3,5%, reagiram com “surpresa”; 80, que representam 3,7%, reagiram com “raiva”, e 132, que representam 6,2% reagiram com “tristeza”. A “reação” mais realizada é o “like”, o que mostra que os membros ainda preferem a reação tradicional. Ao contrário das outras “reações”, o “like” não mostra muita emoção. A segunda “reação” mais realizada é o “riso”, e essa expressão é utilizada nas publicações engraçadas. Essa reação é também realizada como forma de mostrar uma certa ironia em relação a uma determinada publicação. A publicação com mais “reações” refere-se à possibilidade de José Maria Neves se candidatar a Presidente da República. A segunda publicação com mais “reações” é sobre a declaração do Vice Primeiro Ministro, Olavo Correia, de que Cabo Verde tem condições para ser mais desenvolvido que Portugal. Essa declaração de Olavo Correia foi ridicularizada e alvo de várias críticas.

Figura 2.1.: Publicação com mais reações



Fonte: Facebook do grupo Parlamento Online

5.2.11 Número de comentários

Neste ponto procuramos perceber a interação entre os membros do grupo a partir dos comentários. Procuramos verificar a quantidade de comentários realizados nas publicações sobre política.

Tabela 2.9.: Número de comentários

Comentários						
Nº Comentários	Post	%		Nº Comentários	Post	%
0	116	51,1%		20	1	0,4%
1	29	12,8%		21	1	0,4%
2	13	5,7%		22	1	0,4%
3	10	4,4%		23	1	0,4%
4	4	1,8%		24	1	0,4%
5	6	2,6%		32	1	0,4%
6	4	1,8%		35	1	0,4%
7	4	1,8%		44	1	0,4%
8	2	0,9%		48	1	0,4%
9	1	0,4%		49	1	0,4%
10	4	1,8%		61	1	0,4%
12	2	0,9%		66	1	0,4%
13	3	1,3%		71	1	0,4%
15	4	1,8%		97	1	0,4%
16	1	0,4%		108	1	0,4%
17	4	1,8%		147	1	0,4%
18	1	0,4%		154	1	0,4%
19	1	0,4%		156	1	0,4%

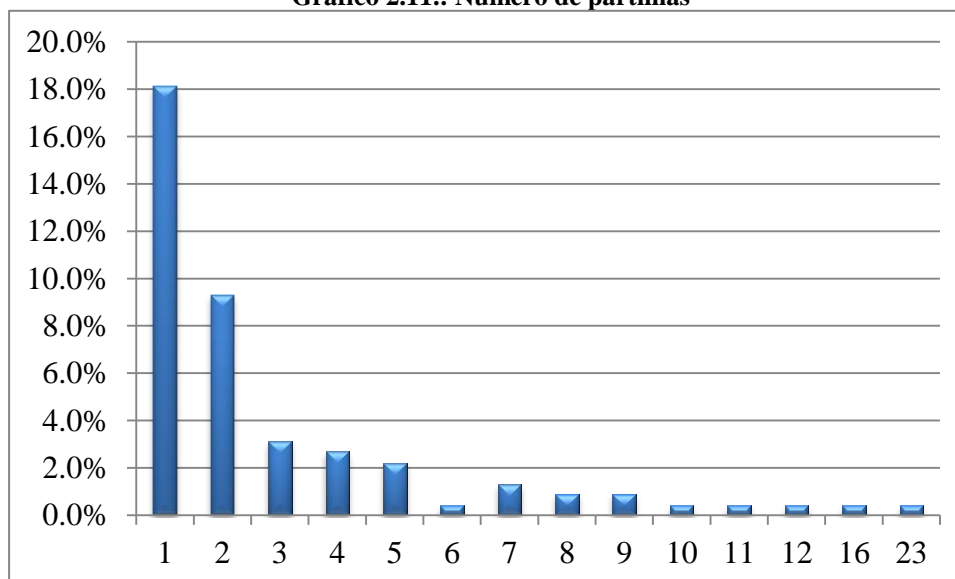
Fonte: Elaboração própria a partir de dados analisados

Do total de 220 *posts* sobre “política”, dos 227 “comentários”, os que mais se realçaram foram 116 *posts*, que representam 51,1%, que tiveram 0 “comentários”; 29, que representam 12,8%, tiveram 1 “comentário”; 13, que representam 5,7%, tiveram 2 “comentários”; 10, que representam 4,4%, tiveram 3 “comentários”; 4, que representam 1,8% tiveram 4 “comentários”; 6, que representam 2,6%, tiveram 5 “comentários”; 4, que representam 1,8%, tiveram 6 “comentários”; 4, que representam 1,8%, tiveram 7 “comentários”; 4, que representam 1,8%, tiveram 10 “comentários”; 4, que representam 1,8% tiveram 15 “comentários”, e 4, que representam 1,8%, tiveram 17 “comentários”. Os restantes *posts* tiveram apenas 1 ou 2 “comentários”.

De acordo com a definição de interação mútua de Primo (2011), o comentário encontra-se nessa categoria. Podemos observar que mais da metade das publicações sobre “política” não têm nenhum “comentário”, 29 publicações ao menos tiveram um “comentário”, e 4 publicações tiveram mais de 100 “comentários”. A publicação com maior número de “comentários”, foi de 156 “comentários”. A publicação com mais “comentários” se referia à polémica de declaração de luto nacional pelo Governo pela morte do Bispo Dom Paulino. Nesses comentários, verificamos que houve diversas posições, uns a favor e outros contra, propício para um bom debate. Contudo, verificamos que, apesar de várias publicações, o uso dos “comentários” é baixo. É mais fácil publicar e reagir do que fazer comentários, pois para fazê-los é preciso um certo nível racionalidade. Os “comentários” têm um papel importante, pois permitem que haja maior interação entre os membros do grupo, e consequentemente maior debate.

5.2.12 Número de partilhas

Gráfico 2.11.: Número de partilhas



Do total de 220 *posts* sobre “política”, dos 93 que tiveram partilha, 41, com o peso de 18,1%, tiveram 1 partilha; 21, com o peso de 9,3%, tiveram 2 partilhas; 7, com o peso de 3,1%, tiveram 3 partilhas; 6, com o peso de 2,7%, tiveram 4 partilhas; 5, com o peso de 2,2%, tiveram 5 partilhas; 1, com o peso de 0,4%, tiveram 6 partilhas; 3, com o peso de 1,3%, tiveram 7 partilhas; 2, com o peso de 0,9% tiveram 8 partilhas; 2, com o peso de 0,9% tiveram 9 partilhas; 1, com o peso 0,4% tiveram 10 partilhas; 1, com o peso de 0,4%, tiveram 11 partilha; 1, com o peso de 0,4% tiveram 12 partilhas; 1, com o peso de 0,4%, tiveram 16 partilhas, e 1, com o peso de 0,4%, tiveram 23 partilhas.

6. CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo perceber de que forma e em que medida as redes sociais e os grupos do Facebook podem constituir espaços de participação política. Para o efeito, adotamos esse conteúdo à realidade de Cabo Verde com a escolha do grupo “Parlamento Online”.

Neste sentido, procuramos confirmar ou negar as hipóteses de estudo criadas. Essas hipóteses são as seguintes:

- Os temas debatidos no grupo “Parlamento Online” são maioritariamente ligados à política;
- O grupo “Parlamento Online” é um espaço que promove a efectiva participação política;
- O grupo “Parlamento Online” é um espaço de interação e circulação de informações,

Quanto à primeira hipótese, verificamos que os temas mais debatidos no grupo são maioritariamente sobre “política”. Das 332 publicações, 220, que correspondem a 70,2%, estão relacionadas com “política”. Os temas sobre “política” mais abordados foram a “política de saúde pública” e “política de meios de transporte”, e foram esses temas que tiveram mais “reações” por parte dos membros. Isso tudo porque são esses temas que encontram-se na atualidade cabo-verdiana.

Quanto à segunda hipótese, verificamos que as redes sociais e os grupos são espaços que podem promover a participação política. Entretanto, não podem resolver todo o problema da participação. Conforme Maia (2002), Gomes (2011), Marques (2011) e Sebastião e Elias (2012), a participação política do cidadão no ambiente digital, não depende apenas do acesso às novas tecnologias, mas também da motivação e do interesse dos cidadãos. Durante os dias de monitorização do grupo, foi possível observar que há uma baixa taxa de participação de mulheres no grupo.

Das 332 publicações, 294 publicações foram feitas por indivíduos do sexo masculino, e 37 foram feitas por indivíduos do sexo feminino.

Quanto à terceira hipótese, podemos verificar que há uma grande circulação de informações e há interação entre utilizadores. Nos dias de monitorização do grupo, foi possível verificar um

total de 4.098 “interações”, incluindo “interações reativas” (Primo, 2003) que inclui as “reações” e “partilhas”, e “reações mútuas” (Primo, 2003), que inclui os “comentários”.

Foi possível verificar que a participação nesse grupo é ativa, com um total de 332 publicações (das quais 220 *posts* são sobre “política”) e uma média de 41,5% de publicações por dia. Entretanto, a maioria dos membros do grupo não produzem conteúdo, ou seja, as publicações não são de “autoria própria”. A maioria dos membros que fizeram algum tipo de publicação recorreram ao uso do “*link*”. Isso leva-nos a concluir que a maioria dos membros apenas recorrem a conteúdo de “terceiros”.

Embora o grupo seja ativo, das publicações sobre política, 51,1% não tiveram nenhum comentário. O comentário, tipo de interação mútua citada por Primo (2003), requer um nível de interpretação e participação do interagente, o que gera consequências. Deste modo, a complexidade da interação mútua, em relação à reativa, inibe alguns participantes, em alguns casos, de manifestar as suas opiniões sobre o conteúdo da publicação. É importante lembrar que não basta apenas os cidadãos publicarem algo relacionado com a política, é preciso criar debates e isso só é possível através de comentários (críticos e racionais).

Com o estudo, podemos verificar que, o Facebook e mais especificamente o grupo “Parlamento Online” são um espaço onde prevalece a liberdade de expressão, em que os indivíduos têm possibilidade de manifestar as suas opiniões. Entretanto, essa liberdade de expressão nem sempre é utilizada de forma correta. Verificamos uso de discurso de ódio em algumas publicações (mais frequentes nas publicações sobre política) e em alguns comentários, com discursos agressivos.

Apesar das limitações próprias do ciberespaço, pode-se dizer que os objetivos do presente trabalho foram alcançados.

Bibliografia

- Aguiar, S., 2007. *Redes Sociais na Internet: desafios à pesquisa*. Santos: s.n.
- Bardin, L., 1994. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições.
- Blattman, U. & Silva, 2007. Colaboração e interação na Web 2.0 e Biblioteca 2.0. *Revista ABC: biblioteconomia em Sta Catarina*, julho/dezembro, Volume v. 12, pp. pp. 191-215.
- Borba, J., 2012. Participação política: uma revisão de modelos de classificação. *Revista Sociedade e Estado*, v. 27(2), pp. pp. 263- 288.
- Boyd, D. & Ellison, N., 2007. Social Network sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, Volume v. 13.
- Carmo, H. & Ferreira, M. M., 1998. *Metodologia de investigação*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Carrera, F., 2012. *Marketing digital na versão 2.0 . O que não pode ignorar*. 2ª ed. Lisboa: Edições Silabo, Lda.
- Castells, M., 2001. *A sociedade em rede*. 5 ed. ed. São Paulo: Paz e Terra.
- Castells, M., 2003. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Choudhury, N., 2014. World Wide Web and its journey from Web 1.0 to Web 4.0. *Internacional Journal of Computer Science and Information Technologies*, v. 5(6), pp. 8096-8100.
- Correia, P. M. & Moreira, M., 2014. As novas formas de comunicação: história do Facebook- uma história necessariamente breve. *ALCEU*, jan/jun, v.14(28), pp. pp.168-187.
- Correia, M. P. & Moreira, M., 2014. Novas formas de comunicação: história do Facebook- Uma história necessariamente breve. *Alceu*, jan./ jun., 14(28), pp. 168-187.
- da Silva, R. L. e. a., 2011. Discurso do ódio em redes sociais: jurisprudência brasileira. *Revista Direito GV*, julh/dez, v. 7(2), pp. pp.445-468.
- Dahlgren, P., 2011. As culturas cívicas e a Internet: para uma contextualização da participação política. *Media e Jornalismo*, v. 10(18), pp. 11-30.
- Filho, J. S., 1995. *Pesquisa qualitativa: o desafio paradigmático*. s.l.:s.n.
- Freeman, L., 2004. *The development of social network analysis- A study in the Sociology of Science*. Canada: Empirical Press.
- Fucks, M., 2003. Cultura política e desigualdade: o caso dos conselhos municipais de Curitiba. *Revista Sociol. Polit.*, Issue n. 21, pp. pp. 125-145.
- Gomes, W., 2005. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Revista Fronteiras- Estudos midiáticos*, setemb/dez, vII(3), pp. pp. 214-222.

- Gomes, W., 2011. *Participação política online*. Porto Alegre: Sulina.
- Gomes, W., 2013. *Participação política online*. Porto Alegre: Sulina.
- Granovetter, M., 1973. The strength of weak ties. *The American journal of sociology*, v.78(6), pp. pp.1360- 1380.
- Grosselli, G., 2012. *Ciberdemocracia: (Re) pensar a Democracia representativa*. Universidade de Santa Catarina: s.n.
- Habermas, J., 2003. *Mudança estrutural na esfera pública: investigações quanto uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro.
- Hermes, J., 2006. Citizenship in the Age of the Internet. *European Journal of Communication*, 21(n.3), pp. 51-59.
- Koehler, C. e. a., 2015. Interação social em rede e nas Redes Sociais na Internet: Reflexões para uma educação em rede. *Revista Nuevas Ideas en Informática educativa TISE*.
- Maeshall, T., 1967. *Cidadania, classe social e status*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Maia, R., 2002. Redes cívicas e Internet- Do ambiente informativo denso às condições de deliberação pública.
- Marques, F. P. J., 2008. *Participação política e Internet: meios e oportunidades digitais de participação civil na democracia contemporânea, com um estudo do caso do Estado Brasileiro*. s.l.:s.n.
- Marshall, T. H., 1967. *Cidadania, classe social e status*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Medeiros, J. S., 2013. Considerações sobre a esfera pública: redes sociais na Internet e participação política. *Trans Informação*, jan/abr, 25(n.1), pp. 27-33.
- Mossberger, K., 2008. *Digital citizenship: the Internet, society and participation*. London: MIT Press.
- Oliveira, M., 2011. *Metodologia científica:um manual para administração de pesquisas em administração*. s.l.:Catalão-GO.
- Polido, F. e. a., 2019. Política, Internet e sociedade. *IRIS*, pp. pp. 68-88.
- Primo, A., 2007. O aspeto relacional das interações na Web 2.0. *E- Compós*, Volume 9, pp. 1-21.
- Recuero, R., 2005. O capital em redes sociais na Internet. *Revista Famecos*, Issue 28, pp. 88-106.
- Recuero, R., 2009. *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Recuero, R., 2014. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. *Unisinos Online*, Volume v.28, pp. 114-124.

Sampaio, R., 2010. Participação política e os potenciais de democráticos na Internet. *Revista Debates*, v.4(1), pp. pp. 29-53.

Sebastião, S. e. a., 2012. Cidadania digital e participação política : o caso das petições online e do orçamento participativo. *Estudos em Comunicação*, maio, Issue 11, pp. pp. 31-51.

Serra, N. C., 2018. *Proteção de dados pessoais e Facebook: análise sobre a privacidade de dados na Internet*. Universidade de Brasília: s.n.

Sousa, J., 2008. *Modelo de planeamento de sistemas informação para a era da colaboração e era Web 2.0*. Universidade do Minho: s.n.

Sousa, J. L., 2008. *Modelo de planeamento de sistemas informacionais para a era da colaboração e era Web 2.0*. Universidade do Minho: s.n.

Tambouris, e. a., 2007. *A Framework for Assessing and participation- Projets and tools*. s.l., s.n., pp. pp.3-6.

Werthein, J., 2000. A sociedade da informação e seus desafios. *Ci. Inf.*, maio/agosto, v. 29(2), pp. pp. 71-77.

Zenha, L., 2017/ 2018. Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam?. *Caderno da Educação*, ano 20, Setembro, v. 1(49), pp. 19- 42.

Zimmerman, D. & Osório, L. C., 1997. *Como trabalhamos em grupo?*. Porto Alegre: Artes Médicas.